

ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ТИХООКЕАНСКИЙ ИНСТИТУТ
ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ТЕХНОЛОГИЙ



Солоницина А.А.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И ЭТИКЕТ

ВЛАДИВОСТОК

2005

Рецензенты:

К.Г. Кречетников, доктор педагогических наук, доцент
(ИМТиГ, ДВГУ)

С.Б. Головачёв, кандидат философских наук, профессор
(ИМиБ, ДВГУ)

Солоницына А.А.

Профессиональная этика и этикет. Учебник / А.А. Солоницына. - Владивосток. -
Изд-во Дальневост. ун-та, 2005.- 200 с.

Содержит программу курса «Профессиональная этика и этикет». Изложены основные понятия профессиональной этики и этикета как системы, области науки и практической деятельности. Задания в тестовой форме разработаны в соответствии с программой курса и государственным образовательным стандартом специальности 230500 «Социально-культурный сервис и туризм». Представлен глоссарий и указатель, используемых в работе имён.

Все тестовые задания имеют закрытую форму и предполагают выбор одного правильного ответа из нескольких предложенных. Тесты испытаны в процессе обучения, отвечают предъявляемым к ним требованиям. Содержание данной работы соответствует образовательному стандарту высшей школы по учебному курсу «Профессиональная этика и этикет».

Для студентов специальности 230500 «Социально-культурный сервис и туризм», преподавателей вузов, аспирантов.

О Г Л А В Л Е Н И Е

| | |
|---|-----------|
| ПРОГРАММА КУРСА | 5 |
| ВВЕДЕНИЕ | 6 |
| 1 ПРЕДМЕТ УЧЕБНОГО КУРСА «ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И ЭТИКЕТ» | 7 |
| 1.1. ПРЕДМЕТ ЭТИКИ КАК НАУКИ | 7 |
| 1.2. ПОНЯТИЕ О ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКЕ..... | 9 |
| 1.3. ПРОИСХОЖДЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ..... | 9 |
| 2 ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ В РОССИИ | 10 |
| 2.1. ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТОРГОВОЙ И ПРОМЫШЛЕННОЙ ЭТИКИ В РОССИИ..... | 10 |
| 2.2. ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ ДЕЛОВЫХ СВЯЗЕЙ, ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ | 11 |
| 2.3. ЦЕРКОВНАЯ РЕФОРМА, СТАРООБРЯДЧЕСТВО И ЕГО УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭТИКА..... | 11 |
| 3 ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА | 12 |
| 3.1. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ | 12 |
| 3.2. ПРОФЕССИЯ И СПЕЦИАЛЬНОСТЬ | 13 |
| 3.3. ПРОФЕССИОНАЛИЗМ КАК НРАВСТВЕННАЯ ЧЕРТА ЛИЧНОСТИ | 14 |
| 3.4. ДЕЛОВАЯ МОРАЛЬ И РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ | 15 |
| 3.5. ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ | 16 |
| 3.6. КОДЕКСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ | 18 |
| 4. ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭТИКИ И ЭТИКЕТА | 21 |
| 4.1. ВЗАИМОСВЯЗЬ И РАЗЛИЧИЕ ПОНЯТИЙ «ЭТИКИ» И «ЭТИКЕТА» | 21 |
| 4.2. ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЭТИКИ И ЭТИКЕТА | 22 |
| 5 ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА | 23 |
| 5.1. ПРИВЕТСТВИЯ. ПРЕДСТАВЛЕНИЯ. ОБРАЩЕНИЯ. СУБОРДИНАЦИЯ..... | 23 |
| 5.2. ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ | 26 |
| 5.3. ДЕЛОВЫЕ ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ | 27 |
| 5.4. ЭТИКЕТ В КУЛЬТУРЕ ВНЕШНОСТИ | 28 |
| 5.4.1. Одежда для мужчин | 28 |
| 5.4.2. Одежда для женщин..... | 34 |
| 5.4.3. Аксессуары | 35 |
| 5.4.4. Салонная одежда | 36 |
| 5.5. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ..... | 37 |
| 5.5.1. Кинесические средства..... | 38 |
| 5.5.2. Просодические и экстралингвистические средства | 42 |
| 5.5.3. Такесические средства | 43 |
| 5.5.4. Проксемические средства общения..... | 43 |
| 6. СПЕЦИФИКА ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ БЕСЕД, ВСТРЕЧ, ПЕРЕГОВОРОВ | 44 |
| 6.1. ВЕДЕНИЕ ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ..... | 44 |
| 6.2. ПРИЕМ ДЕЛЕГАЦИЙ..... | 45 |
| 6.3. ВИЗИТ ВЕЖЛИВОСТИ..... | 46 |
| 6.4. ЭТИКА И ЭТИКЕТ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ | 46 |
| 6.4.1. Подготовка к переговорам..... | 47 |
| 6.4.2. Начало переговоров | 47 |
| 6.4.3. Техника ведения деловых переговоров..... | 48 |
| 6.5. КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ПО ТЕЛЕФОНУ | 49 |
| 6.6. ЭПИСТОЛЯРНЫЙ ЭТИКЕТ | 51 |
| 7 ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕСТАХ | 51 |

| | |
|---|------------|
| 7.1. ПОВЕДЕНИЕ НА УЛИЦЕ | 52 |
| 7.2 ПОВЕДЕНИЕ В ОБЩЕСТВЕННОМ ТРАНСПОРТЕ | 53 |
| 7.3 ПОВЕДЕНИЕ В ПОЕЗДЕ..... | 54 |
| 7.4 ПОВЕДЕНИЕ В САМОЛЕТЕ | 55 |
| 7.5 ПОВЕДЕНИЕ В МАГАЗИНЕ..... | 56 |
| 7.6 ПОВЕДЕНИЕ В ТЕАТРЕ | 56 |
| 7.7 ПОВЕДЕНИЕ В ГОСТИНИЦЕ..... | 57 |
| 8 ЭТИКЕТ ДЕЛОВЫХ ПРИЕМОВ И ПРЕЗЕНТАЦИЙ | 57 |
| 8.1 ДЕЛОВЫЕ ПРИЕМЫ. ИХ ВИДЫ..... | 57 |
| 8.2 ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ ПРИЕМОВ | 58 |
| 8.3 РАССАДКА ГОСТЕЙ ЗА СТОЛОМ..... | 58 |
| 8.4 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИЕМОВ | 59 |
| 8.5. ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ ЗА СТОЛОМ | 62 |
| 8.6. ЭТИКЕТ ЕДЫ | 67 |
| 8.7. ПРЕЗЕНТАЦИИ..... | 68 |
| 9. ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ..... | 69 |
| 9.1 НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ..... | 69 |
| 9.2. ЕВРОПЕЙСКАЯ ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА | 70 |
| 9.2.1 Англия..... | 70 |
| 9.2.2 Франция | 71 |
| 9.2.3 Германия..... | 72 |
| 9.2.4. Испания..... | 72 |
| 9.3. СЕВЕРОАМЕРИКАНСКАЯ ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА | 73 |
| 9.3.1. Соединенные Штаты Америки | 73 |
| 9.3.2. Канада | 74 |
| 9.4. ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА ВОСТОКА И АРАБСКИХ СТРАН..... | 74 |
| 9.4.1. Япония..... | 74 |
| 9.4.1. Корейская республика (Южная Корея)..... | 75 |
| 9.4.3. Китай..... | 76 |
| 9.4.4. Арабские страны..... | 76 |
| РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА..... | 78 |
| ГЛОССАРИЙ | 79 |
| УКАЗАТЕЛЬ ИМЕН..... | 89 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ 1..... | 96 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ II..... | 101 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ III | 109 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ IV | 113 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ V..... | 117 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ VI | 120 |

ПРОГРАММА КУРСА
«Профессиональная этика и этикет»

| Мо- дуль | Тема | Содержание | Кол-во часов |
|-------------|---|--|-----------------|
| 1 | 1. Предмет учебного курса «Профессиональная этика и этикет» | Предмет этики как науки. Понятие о профессиональной этике. Происхождение профессиональной этики | 2 |
| | 2. История развития деловой этики в России | Возникновение и развитие торговой и промышленной этики в России. Этические нормы деловых связей, деловых отношений в России. Церковная реформа, старообрядчество и его управленческая этика | 2 |
| 2 | 3. Профессиональная этика | Основные принципы профессиональной этики. Профессия и специальность. Профессионализм как нравственная черта этики. Деловая мораль и рыночные отношения. Виды профессиональной этики. Кодексы профессиональной этики | 4 |
| 3 | 4. Взаимосвязь этики и этикета | Взаимосвязь и различие понятий «этика» и «этикет» Правила поведения с точки зрения этики и этикета. | 2 |
| | 5. Основные элементы делового этикета | Приветствия. Представления. Обращения. Субординация. Визитные карточки. Деловые подарки. Сувениры. Этикет в культуре внешности. Одежда для мужчин. Одежда для женщин. Аксессуары. Салонная одежда. Невербальные средства общения. Кинесические средства. Просодические и экстралингвистические средства. Такесические средства. Проксемические средства общения. | 8 |
| 4 | 6. Специфика ведения деловых бесед, встреч, переговоров | Ведение деловой беседы. Прием делегаций. Визит вежливости. Этика и этикет деловых переговоров. Подготовка к переговорам. Начало переговоров. Техника ведения деловых переговоров. Культура делового общения по телефону. Эпистолярный этикет | 6 |
| 5 | 7. Правила поведения в общественных местах | Поведение на улице. Поведение в общественном транспорте. Поведение в поезде. Поведение в самолете. Поведение в магазине. Поведение в театре Поведение в гостинице.. | 2 |
| | 8. Этикет деловых приемов | Деловые приемы. Их виды. Подготовка и проведение приемов. Рассадка гостей за столом. Характеристика приемов. Правила поведения за столом. | 6 |
| 6 | 9. Особенности межкультурной коммуникации | Национальные особенности делового общения. Европейская деловая культура. Англия. Франция. Германия. Испания. Североамериканская деловая культура. Соединенные Штаты Америки. Канада. Деловая культура Востока и арабских стран. Япония. Корейская республика (Южная Корея). Китай. Арабские страны. | |
| | | Итого: | |

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Профессиональная этика и этикет» является важным элементом в структуре специальности 230500 «Социально-культурный сервис и туризм». Необходимость этической подготовки специалистов сферы сервиса диктуется современной социокультурной ситуацией в России, всей традицией мировой общественной мысли, которая всегда была самым непосредственным образом связана с этическим знанием. Профессиональная этика призвана регулировать человеческие отношения в сфере производства. Основой ее является нетерпимость к пренебрежению общественными интересами, высокое сознание общественного долга.

В настоящее время все больше профессиональных общностей создают этические кодексы, задавая моральные требования, определяющие этическое поведение тех, кто принадлежит к данной профессии, например, дипломатическая, туристская, воинская, судебная, медицинская, инженерная, спортивная этика, а также этика аудиторов, бухгалтеров, библиотекарей, адвоката, профессиональных оценщиков и др. Этика менеджмента является одной из самых «молодых» профессиональных этик.

В этике показана нравственная сторона поступка, его содержание, в этикете – эстетическая направленность, форма его проявления. Этикет (в современном его понимании) немислим вне этики. Этические представления человека могут выражаться, в частности, в манерах, речи, одежде, стиле общения и др.

Этикетом рассматриваются формы приветствия, представления, обращения, правила ведения делового разговора, правила поведения в общественных местах, а также выполнение требований, предъявляемых к одежде делового человека а различных ситуациях. Дана характеристика деловых приемов, правила поведения за столом. Культура поведения за столом – один из важнейших и значительных показателей уровня развития человека и общества в целом.

В учебном пособии представлена учебная программа курса «Профессиональная этика и этикет».

В краткой, доступной и информативной форме представлен конспективный материал, в котором изложены основные понятия профессиональной этики, этикета. Разработаны задания в тестовой форме в соответствии с программой курса и государственным образовательным стандартом специальности 230500 «Социально-культурный сервис и туризм». Все задания имеют закрытую форму и предполагают выбор одного правильного ответа из четырех предложенных.

Пособие включает глоссарий непонятных слов и выражений; указатель имен известных мыслителей, ученых, исследователей и др. Представленный список рекомендуемой литературы обеспечивает возможность студенту выбрать необходимый материал и правильно ответить на тесты. Они помогут вспомнить простые правила поведения в деловой сфере, общественных местах, в различных ситуациях и научат пользоваться ими.

Учебной программой предусмотрено лекций – 34 часа, практических занятий – 17 часов. Итоговый контроль – экзамен

1 ПРЕДМЕТ УЧЕБНОГО КУРСА «ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И ЭТИКЕТ»

1.1. Предмет этики как науки

Этика (ēthica от ēthos - обычай, нрав, характер) - это совокупность принципов и норм поведения, принятых в данной эпохе и в данной социальной среде. Основным предметом изучения этики является мораль.

Мораль – это нормы и правила, предъявляемые человеку, осуществление которых носит добровольный характер.

Слово «этика» происходит от греческого «ethos», слово «мораль» - от латинского «mos». Смысл обоих слов – нрав, обычай*. В отличие от простого обычая или традиции*, нравственные нормы получают идейное обоснование в виде идеалов добра и зла, справедливости и т.п.

В отличие от права, исполнение требований морали санкционируется лишь формами духовного воздействия (например, одобрения или осуждения). Свойство морали требовать определенного поведения называется *императивностью**.

Наряду с общечеловеческими элементами мораль включает исторически преходящие нормы, принципы, идеалы.

«Отцом» античной этики является Сократ*. Он абсолютизирует мораль, считая ее основой достойной жизни и культуры. Только моральный человек может быть счастлив.

Сократ различает счастье и наслаждение, ставит проблему свободы воли, определяет главные добродетели, подчеркивает значимость нравственного самосовершенствования личности.

Первой попыткой систематизации этических идей, осуществленной на объективно-идеалистической основе, было сделано Платоном* (V – IV вв. до н.э.)

Систематическое изложение этики как теоретической науки впервые осуществил ученик Платона Аристотель*. Наука, которая изучает этические добродетели и исследует, какой характер и какой образ действий человека является наилучшим, была названа Аристотелем этикой (IV в. до н.э.) Ему принадлежит первый специальный этический труд «Никомахова этика». Он впервые построил глубокую теорию морали. В понимании Аристотеля этика – это особая практическая наука о нравственности (добродетели), цель которой – научить человека, как стать добродетельным (и счастливым). Этика должна помочь человеку осознать главные цели своей жизнедеятельности и решить вопрос о возможности воспитания в государстве добродетельных граждан.

Выделяя этический аспект проблемы взаимоотношения личности и общества, Аристотель стремится найти пути их гармонического взаимодействия в разумном индивидом стихии эгоистических потребностей, ориентации его на общественное благо – с одной стороны, и в содействии государства процветанию своих граждан – с другой. Социальная гармония не должна подавлять личных интересов. Нравственность человека, опирающаяся на разум и волю, приводит его цели, желания, потребности в соответствие с интересами государства.

Основными категориями этического сознания являются *добро* и *зло*. Эти ключевые для нравственного сознания понятия выражают меру полноты, с которой общественные отношения входят в содержание жизнедеятельности каждого из индивидов. Они характеризуют положительные и отрицательные нравственные ценности.

Как отмечает Е.В. Золотухина-Аболина, «добро есть то, что оценивается положительно, рассматривается как важное и значимое для жизни человека и общества. добро есть то, что позволяет человеку и обществу жить, развиваться, благоденствовать, достигать гармонии и совершенства».

Добро только тогда добро, когда оно имеет в виду благо человеческого рода как такового, то есть добрый поступок и помысел далеки от прямой личной выгоды и раздвигают границы всякого партикулярного* интереса.

В противоположность добру зло – это то, что разрушает жизнь и благополучие человека. Зло - всегда уничтожение, подавление, унижение. Зло деструктивно, оно ведет к распаду, к отчуждению людей друг от друга и от животворящих истоков бытия, к гибели.

В этом мире нас все подталкивает ко злу, а к добру ничто не побуждает, кроме самой свободы.

Свобода – способность человека действовать в соответствии со своими интересами и целями, осуществлять выбор. Люди не вольны в выборе объективных условий своей деятельности, однако они обладают конкретной и относительной свободой, когда сохраняют возможность в выборе санкционируемых нормами и ценностями данного общества целей и средств их достижения.

Этика зарождается в обществе как результат осознания роли и сущности моральных отношений и в развитом состоянии представляет собой науку о морали, содержащую две составляющих: теоретические исследования (теоретическая этика) и нормативные разработки (нормативная этика).

Теоретическая этика исследует происхождение и сущность морали, ее роль и место в обществе, функции, механизм действия, ее основные компоненты (прежде всего моральное сознание и моральное поведение), характер связи между ними, структуру моральных отношений и значение их для системы общественных отношений в целом. Кроме того, теоретическая этика выявляет содержание ценностных оснований морали (благо, добро, зло, смысл жизни, счастье), разрабатывает шкалу моральности (идеал – добродетель – порок) и определяет ее критерии. В контакте с психологией и социологией она исследует реальный уровень моральности общества (нравственность) и влияющие на него факторы.

Нормативная этика концентрирует свой интерес на исследовании стихийно складывающихся представлений морального сознания, которые отражают побуждения, входящие в моральную установку человека, уточняя, систематизируя, конкретизируя их, трансформируя в определенные рекомендации, нормативная этика разрабатывает пути совершенствования моральной практики общества. Нормативная этика занимается вопросом о том, как должен поступать человек.

В XVII в. Рене Декарт* отметил, что «она предполагает полное знание других наук и есть последняя степень к высшей мудрости».

Представление об этике как учении о морали, путях достижения общего блага и личного счастья сложилось в XIX в. Иммануил Кант* уточнил смысл понятия «этика».

Изучать этику нужно не как законченную замкнутую систему, свод рекомендаций на все случаи жизни, а в многообразии теоретических позиций.

Мораль, по мнению И.Канта, нельзя вывести из сущего, из реальности, из фактов. Она имеет априорное* происхождение. И. Кант показал достижения этической науки, ее внутренние альтернативы в историческом развитии.

В принципиальном плане он сказал почти все о морали, понимаемой и как свойство единичного индивида, и как составная часть идеологии классово-антагонистического общества.

В дальнейшем Гегель* положил начало историческому пониманию нравственности. Он ввел в этическую теорию реальные проблемы семейной, государственной и гражданской жизни, наполнил ее богатым социальным содержанием.

Моральная философия Канта и Гегеля не смогла приблизиться к действительности.

Л. Фейербах* вернул этике материалистическую форму. Материализм Фейербаха свободен от предвзятости, философских предрассудков, от механистической*, а отчасти и метафизической* ограниченности и ориентирует на изучение живого индивида, взятого в его естественных и общественных связях. Фейербах пошел дальше других философов, хотя последнего решительного шага он тоже сделать не смог.

Этика должна помочь человеку осознать главные цели своей жизнедеятельности и решить вопрос о возможности воспитания в государстве добродетельных граждан.

Этика описывает реальные отношения между людьми, стремится создать определенный идеал этих отношений, анализирует сущее, намечает очертания должного. Долг – это нравственные обязанности человека, выполняемые из побуждений совести. Марк Туллий Цицерон* отмечал: «Моя спокойная совесть важнее мне, чем все пересуды».

Человеку от природы свойственны проявления эгоизма и альтруизма*. Этика ставит перед собой задачу объяснить, почему альтруизм предпочтительнее эгоизма.

Задача рационального обоснования моральных ценностей очень сложна. Самые высоконравственные поступки часто необъяснимы с точки зрения здравого смысла, противоречат практической пользе.

Опыт часто показывает расхождение нравственного совершенства и житейского благополучия, так как моральные ценности связаны не только с рассудком человека, но и с его чувствами, убеждениями, нравственной верой. Именно поэтому нет такой этической проблемы, которую можно было бы решить раз и навсегда.

Роль этики как науки в настоящий, переживаемый современным российским обществом период, велика: она должна проанализировать нравственное состояние общества, указать причины, вызвавшие это состояние, предложить решения, которые помогли бы обновить моральные ориентиры общества.

1.2 Понятие о профессиональной этике

Профессиональная этика – это совокупность определенных обязанностей и норм поведения, поддерживающих моральный престиж профессиональных групп в обществе. В задачи профессиональной этики входит выявление нравственных норм и оценок, суждений и понятий, характеризующих людей в роли представителей определенной профессии.

Профессиональная этика вырабатывает нормы, стандарты, требования, характерные для определенных видов деятельности.

Профессиональная этика должна также объяснить мораль и учить морали, прививать моральные принципы и представления о долге и чести, морально воспитывать работников. Этика призвана воспитывать, помогать людям правильно вести себя с людьми, общаться в производственном коллективе и т.п. Профессиональная этика учит следовать эталонам нравственности, принятым за норму поведения людей в определенной деятельности. На эти эталоны работник должен ориентироваться. Равняясь на этот эталон, работник сервиса должен воспитывать в себе соответствующее личностное качество.

Профессиональная этика призвана регулировать человеческие отношения в сфере производства. Каждая профессия имеет свою специфику принятой в ней и действующей системы ценностей. Причем один и тот же поступок может рассматриваться как моральный, неморальный и даже аморальный в зависимости от того, как в нем выражается отношение к действующей системе ценностей.

Основа профессиональной этики в сфере сервиса – нетерпимость к пренебрежению общественными интересами, высокое сознание общественного долга.

1.3 Происхождение профессиональной этики

Возникновение первых профессионально-этических кодексов относится к периоду ремесленного разделения труда в условиях становления средневековых цехов в XI-XII вв. Именно тогда впервые констатируют наличие в цеховых уставах ряда нравственных требований по отношению к профессии, характеру труда, соучастникам по труду. Однако ряд профессий, имеющих жизненно важное значение для всех членов общества, возникли в глубокой древности, и поэтому, такие профессионально-этические кодексы, как «Клятва Гиппократ*», нравственные установления жрецов, исполнявших судебные функции, известны гораздо раньше.

Появление профессиональной этики во времени предшествовало созданию научных этических учений, теорий о ней. Повседневный опыт, необходимость в регулировании взаимоотношений людей той или иной профессии приводили к осознанию и оформлению определенных требований профессиональной этики.

Профессиональная этика зародилась в рамках конкретных видов деятельности, выступив в качестве нормативного начала в поведении специалистов. На основе тех вариантов личностных проявлений, которые профессиональное сознание трудовой группы признало наиболее предпочтительными для данной деятельности, профессиональная этика создает стандарты профессионального поведения, оформляемые в виде специфических документов – клятв, уставов, кодексов.

Профессиональная этика, возникнув как проявление повседневного морального сознания, зародилась в рамках конкретных видов деятельности, затем уже развивалась на основе обобщенной практики поведения представителей каждой профессиональной группы, выступив в качестве нормативного начала в поведении специалистов. Эти обобщения содержались как в писанных, так и неписанных правилах поведения.

Большую роль в становлении и усвоении новой профессиональной этики играет общественное мнение. Нормы с борьбой мнений. Отмечается взаимосвязь профессиональной этики и общественного сознания. Различные виды профессиональной этики имеют свои традиции, что свидетельствует о преемственности основных этических норм, выработанных представителями той или иной профессии на протяжении столетий.

2 ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ В РОССИИ

2.1 Возникновение и развитие торговой и промышленной этики в России

В Древней Руси в предпринимательской деятельности принимали участие все слои общества. Оплотом развития предпринимательства становились города, вокруг которых возникали торговые и промысловые поселения. Сюда сходились для гостыбы (торговли) купцы (гости*), бобровники, бортники и другие тогдашние «промышленники».

Успешный рост предпринимательской деятельности в Древней Руси подтверждался широким развитием кредитных отношений. Как отмечал историк Д.И. Иловайский*, предпринимательство было связано с исторически сложившимся характером русского народа – «деятельного, расчетливого, домовитого, способного к неуклонному преследованию своей цели, к жесткому или мягкому образу действия, смотря по обстоятельствам».

Анализируя характер великороссов*, отмечая черты, которые могли способствовать развитию русского предпринимательства, экономист академик В.П. Безобразов* выделяет особо:

* чувство меры, которое уравнивает все разнообразные душевные порывы, движение увлечения всяких других чувств и страстей, соразмеряет важность различных целей и силу наличных способов их достижения;

* практический расчет – умение сосредоточиться на ближайших и важнейших целях жизни и пожертвовать в момент действия всеми более отдаленными, менее необходимыми и менее достижимыми, хотя бы и самыми возвышенными целями;

* самообладание среди разнородных и противоположных потребностей жизни и стремления к их удовлетворению;

* трезвость характера, не позволяющая увлекаться никакими чувствами и страстями, удаляющими от раз поставленной задачи, от начатого предприятия;

* сила воли, непрерывно поддерживающая бодрость духа, не позволяющая предаваться излишнему самообольщению при успехе и излишнему унынию при неудаче, всегда дающая рассудку господство над порывами чувств.

Именно эти черты стали фундаментом для развития русского предпринимательства и определяли его успех более тысячи лет.

Гости (крупные купцы) успешно вели внутреннюю (между городами) и внешнюю (с зарубежными странами) торговлю.

Самые основательные предприниматели объединялись в торгово-промышленные ассоциации, корпорации: «Московское сто», («Ивановское сто», «Сурожане» и др. Новгородские купцы вели свою торговлю и промысловую деятельность артелями. Второй по значению после гостей в XVI – XVIII вв. в Русском государстве была гостиная сотня.

В XVI – XVIII вв. гости – члены привилегированной корпорации купцов, выполняли финансовые поручения правительства, поочередно выполняли сложные казенные поручения: возглавляли крупнейшие таможни, собирали чрезвычайные налоги, заведовали казенными предприятиями, торговали казенными товарами и др. Состав гостей формировался по выбору правительства. Гости вкладывали деньги в недвижимое имущество (дома, земля), а некоторые заводили промышленные предприятия.

2.2. Этические нормы деловых связей, деловых отношений в России

Этические нормы установления деловых связей, деловых отношений, этические требования в России были известны и распространены в сфере деятельности купцов уже в середине XVIII в. Так, в книге «Средневековый купец» А.Я Гуревич рассказывает о купце А. Фомине из Архангельска: «При всех сих сведениях следует ему (купцу) быть трудолюбиву, ласкову, обходительну, учтиву, честну, скромну ... умеющу говорить красно и порядочно ... Надо, чтобы бодрость и предприимчивость были его удел; осторожность и быстрота мыслей – его щастие, а довольная опытность и осмотрительность – его подпора. Противоестественно купцу быть лениву или тратить время в излишних забавах... Но при том всем купец за самое главное правило почитать должен честность и непоколебимое держание своего слова».

Русский купец был религиозен и благочестив. Его религиозное поведение сочеталось с коммерческим подходом к добрым делам, за которые купец ожидал помощи и покровительства Бога. Результатом деятельности его должно быть не только личное обогащение, но и общественная польза, богатство государства. Как показывает немецкий социолог, философ, статистик М. Вебер*, любое действие, поступок, поведение рассматривалось и оценивалось с позиции пользы – критерия оценки деятельности владельца собственного дела.

Русские мыслители и философы размышляли над этой проблемой и вырабатывали взгляды и подходы к проблемам труда и трудовой этики. Русский историк Е.А. Болховитинов* утверждал, что достоинство человека определяется его трудом. Для купечества и промышленников труд был средством накопления и обогащения. Однако в середине XIX в. появляются и другие мотивы труда, не только обогащение: само дело, деятельность, направленная на созидание, становится для российских предпринимателей важным мотивом их труда.

Характеризуя купеческую этику как *профессиональную* в конце XVIII и XIX вв., современники говорили о ней достаточно противоречиво: с одной стороны, честность, верность слову, добросовестность, стремление сохранить доброе имя; с другой – склонность к обману, стремление к наживе любой ценой, нарушение взятых на себя обязательств.

Исследователи отмечают благотворное влияние и воздействие православия на деловую этику. Это воздействие имело прежде всего общий позитивный морально-этический характер. Конкретные проявления этого воздействия были различными. Православная церковь поощряла благотворительную деятельность, но осуждала ростовщичество*. Это вело к торможению разворачивания банковского дела, следовательно, задерживало экономическое развитие страны в целом.

2.3 Церковная реформа, старообрядчество и его управленческая этика

В истории появления и развития основных идей деловой этики и этики управления в России важная роль принадлежит старообрядческой* ветви религии. Выходцами из старообрядцев* были купцы и промышленники Рябушинские, предприниматели и купцы Морозовы, Строгановы, Прохоровы, Абрикосовы и другие.

Процесс появления деловых людей из числа старообрядцев* и упрочения их положения проходил следующим образом. В середине XVII в. патриарх Никон провел реформы. Исправление книг и обрядов по греческим образцам, принятым в южнославянских странах, служило укреплению церковно-политических связей России с этими странами, находившимися под турецким игом. Унификация культа подчиняла церковь общегосударственной системе централизации. Значительная часть духовенства выступила против нововведений. В церкви возник раскол.

Никон стремился использовать реформу для укрепления церковной организации и усиления власти патриарха. Он пытался освободить церковь из-под опеки светской власти, выдвинув тезис «священство выше царства».

Мнения историков о причинах реформ различны. До сих пор нет однозначной оценки, принесли ли пользу или вред церковные реформы. Согласно одной из точек зрения, патриарх Никон хотел с их помощью остановить разложение российского общества, наблюдавшееся в середине XVII в., проявлявшееся на всех уровнях – как среди высших слоев, так и среди простонародья. Царь, правительство поддерживали Никона и его реформы.

Однако значительная часть населения, разные его слои активно сопротивлялись, что выражалось в нежелании жить в тех местах, где действовали сторонники патриарха Никона. Те, кто поддерживался старых религиозных устоев - старообрядцы, не приняли церковные реформы XVII в. Они стали оппозиционными или враждебными официальной православной церкви.

Старообрядцы переселялись в Сибирь, на Урал, на Север, туда, где их не могли преследовать. До 1906 г. сторонники старообрядцев преследовались царским правительством. Они оседали в новых местах, становились владельцами новых предприятий – промышленных, торговых, занимались поиском и добычей полезных ископаемых. На новых местах поселения, в новых суровых условиях жизни у старообрядцев сложились и новые этические нормы – правила жизни и общения, которые впоследствии выделили их из общей массы народа и сделали возможным достижение успехов в предпринимательстве. Все это привело к сосредоточению в руках старообрядцев огромных богатств.

М. Вебер пришел к выводу, что экономика процветает в странах, населенных в основном протестантами, поддерживавшими и культивировавшими этические нормы. Он назвал их *протестантской этикой*. Свободное от работы время протестанты* затрачивали опять на работу, которую они считали средством спасения души. Чистый досуг протестанты оценивали как бессмысленную трату времени, как грех перед Богом.

Бережливость, удивительное трудолюбие, отвращение к пустым забавам и развлечениям, аскетизм* в быту, осторожность и расчетливость в делах, приверженность строгости и простоте в одежде и питании были этическими нормами старообрядцев.

Таким образом, протестанты образовали на базе веры общность, социальную группу, которая оказала влияние на возникновение и развитие капиталистических отношений, на упрочение экономической базы. Этические нормы внедрялись в практику владения и управления промышленностью, торговлей, строительством.

Внутри старообрядческих поселений сложилась взаимовыручка и взаимоподдержка – важная этическая норма. Причиной формирования и упрочения этой этической нормы явилось то, что притеснения в стране были направлены, невзирая на богатство, против всех старообрядцев.

Старообрядчество разделилось на ряд течений, толков и согласий. Оно имеет в своем составе две церкви: Белокриницкую иерархию, а также Беглопоповскую архиепископию.

3 ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА

3.1 Основные принципы профессиональной этики

Профессиональная этика регулирует взаимоотношения людей в деловом общении. В основе профессиональной этики лежат определенные нормы, требования и принципы.

Принципы – это абстрагированные, обобщенные представления, которые дают возможность тем, кто на них опирается, правильно формировать свое поведение, свои действия в деловой сфере. Принципы дают конкретному работнику в любой организации концептуальную этическую платформу для решений, поступков, действий, взаимодействий и т.п.

Порядок рассматриваемых этических принципов не обуславливается их значимостью.

Сущность *первого принципа* исходит из так называемого золотого стандарта: « В рамках служебного положения никогда не допускать по отношению к своим подчиненным, к руководству, к коллегам своего служебного положения никогда не допускать по отношению к своим подчиненным, к руководству, к коллегам своего служебного уровня, к клиентам и т.п. таких поступков, каких бы не желал видеть по отношению к себе».

Второй принцип: нужна справедливость при наделении работников необходимыми для их служебной деятельности ресурсами (денежными, сырьевыми, материальными и пр.).

Третий принцип требует обязательного исправления этического нарушения независимо от того, когда и кем оно было допущено.

Четвертый принцип – принцип максимума прогресса: служебное поведение и действия сотрудника признаются этическими, если они способствуют развитию организации (или ее подразделений) с моральной точки зрения.

Пятый принцип – принцип минимума прогресса, в соответствии с которым действия работника или организации в целом этичны, если они хотя бы не нарушают этических норм.

Шестой принцип: этичным является терпимое отношение работников организации к моральным устоям, традициям и пр., имеющим место в других организациях, регионах, странах.

Седьмой принцип рекомендует разумное сочетание индивидуального релятивизма* и этического релятивизма с требованиями общечеловеческой (универсальной) этики.

Восьмой принцип: индивидуальное и коллективное начало равно признаваемы за основу при разработке и принятии решений в деловых отношениях.

Девятый принцип: не следует бояться иметь собственное мнение при решении любых служебных вопросов. Однако нонконформизм* как черта личности должен проявляться в разумных пределах.

Десятый принцип – никакого насилия, т.е. «нажима» на подчиненных, выражающегося в различных формах, например, в приказной, командной манере ведения служебного разговора.

Одиннадцатый принцип – постоянство воздействия, выражающееся в том, что этические стандарты могут быть внедрены в жизнь организации не единовременным приказом, а лишь с помощью непрекращающихся усилий со стороны и менеджера, и рядовых работников.

Двенадцатый принцип – при воздействии (на коллектив, отдельного работника, на потребителя и пр.) учитывать силу возможного противодействия. Дело в том, что признавая ценность и необходимость этических норм в теории, многие работники, сталкиваясь с ними в практической повседневной работе, по той или иной причине начинают им противодействовать.

Тринадцатый принцип состоит в целесообразности авансирования доверием – чувству ответственности работника, к его компетенции, к чувству долга и т.п.

Четырнадцатый принцип настоятельно рекомендует стремиться к бесконфликтности. Хотя конфликт в деловой сфере имеет не только дисфункциональные, но и функциональные последствия, тем не менее конфликт – благоприятная почва для этических нарушений.

Пятнадцатый принцип – свобода, не ограничивающая свободы других; обычно этот принцип, хотя и в неявной форме, обусловлен должностными инструкциями.

Шестнадцатый принцип: работник должен не только сам поступать этично, но и способствовать такому же поведению своих коллег.

Семнадцатый принцип: не критикуй конкурента. Имеется виду не только конкурирующая организация, но и «внутренний конкурент» - коллектив другого отдела, коллега в котором можно «усмотреть» конкурента.

Указанные принципы должны служить основанием для выработки каждым работником любой фирмы собственной личной этической системы.

Содержание этических кодексов фирм берет свое начало из принципов этики.

3.2. Профессия и специальность

Профессия (лат. *professio*, от *profiteor* – объявляю своим делом) – официально указанное занятие, специальность) – род трудовой деятельности, требующий определенной подготовки человека, владеющего комплексом специальных теоретических знаний и практических навыков, приобретенных в результате специальной подготовки, опыта работы и являющийся обычно источником существования.

Наименование профессии определяется характером и содержанием работы или служебных функций, применяемых орудиями или предметами труда. По мере развития производительных сил общества, применения новых орудий труда, технологии производства, новых видов производства и отраслей науки углубляется разделение труда.

Приобретение профессии обеспечивается развитием различных форм общего и специального образования. Человек может выбрать себе профессию в соответствии с его наклонностями, культурными и духовными запросами.

Многие профессии подразделяются на специальности: врач-окулист, врач-кардиолог и т.д.

Созданной производительной структурой надо уметь управлять. Появляется настоятельная потребность в менеджере, который может на профессиональном уровне осуществлять управленческую функцию.

Для обслуживания процедуры реализации деловой функции в ее наиболее экономичной, эффективной и комфортной форме нужны бухгалтеры, юристы, секретари, технические, инженерные, научные работники. Человек нуждается в услугах и т.д.

От того, насколько общество эффективно осуществляет деловую функцию, зависит уровень национального богатства и уровень благополучия граждан, уровень комфортности их жизни.

Специальность (от лат. species – род, вид) – комплекс приобретенных путем специальной подготовки и опыта работы знаний, умений и навыков, необходимых для определенного вида деятельности в рамках той или иной профессии. Например, специальность «Социально-культурный сервис и туризм» имеет специализации «Гостиничный сервис», «Ресторанный сервис», «Туризм», «Имиджмейкерские услуги» и др.

По специальности с учетом специализации планируется и осуществляется подготовка кадров, разрабатываются учебные программы и планы, организуется учебный процесс.

3.3 Профессионализм как нравственная черта личности

Профессиональная этика – это совокупность моральных норм, которые определяют отношение человека к своему профессиональному долгу. Профессиональная этика регулирует нравственные отношения людей в трудовой сфере. Общество может нормально функционировать, развиваться только в результате непрерывного процесса производства материальных и моральных ценностей.

Содержанием профессиональной этики являются кодексы поведения, предписывающие определенный тип нравственных взаимоотношений между людьми и способы обоснования данных кодексов.

Профессиональная этика изучает:

отношения трудовых коллективов и каждого специалиста в отдельности;

нравственные качества личности специалиста, которые обеспечивают наилучшее выполнение профессионального долга;

взаимоотношения внутри профессиональных коллективов, и те специфические нравственные нормы, свойственные для данной профессии;

особенности профессионального воспитания.

Профессионализм и отношение к труду являются важными характеристиками морального облика личности. Они имеют первостепенное значение в личностной характеристике индивида, но на различных этапах исторического развития их содержание и оценка существенно различались. В классовом обществе они определялись социальным неравенством видов труда, противоположностью умственного и физического труда, наличием привилегированных и непривилегированных профессий. О классовом характере морали в сфере труда свидетельствует написанная в первой трети II в. до н.э. христианская библейская книга «Мудрость Иисуса, сына Сирахова», в которой есть поучение о том, как следует относиться к рабу: «корм, палка и бремя – для осла; хлеб, наказание и дело – для раба. Занимай раба работою и будешь иметь покой; ослабь руки ему – и он будет искать свободы».

В Древней Греции физический труд по ценности и значимости находился на самой нижней оценке. В феодальном обществе религия рассматривала труд как наказание за первородный грех, ад представлялся как вечная жизнь без труда.

Те ситуации, в которых оказываются люди в процессе выполнения своих профессиональных задач, оказывают сильное влияние на формирование профессиональной этики. В процессе труда между людьми складываются определенные моральные отношения. В них есть ряд элементов, присущих всем видам профессиональной этики.

Во-первых, это отношение к общественному труду, к участникам трудового процесса.

Во-вторых, это те моральные отношения, которые возникают в области непосредственного соприкосновения интересов профессиональных групп друг с другом и обществом.

Профессиональная этика не является следствием неравенства в степени моральности различных профессиональных групп. Просто к некоторым видам профессиональной деятельности общество проявляет повышенные моральные требования. В основном это такие профессиональные сферы, в которых сам процесс труда требует согласованности действий всех его участников. Уделяется особое внимание моральным качествам работников той сферы, которые

связаны с правом распоряжаться жизнью людей. Здесь речь идет не только об уроке моральности, но и, в первую очередь, о должном исполнении своих профессиональных обязанностей. (это профессии из сфер услуг, транспорта, управления, здравоохранения, воспитания). Трудовая деятельность людей этих профессий, более чем каких-либо других поддается предварительной регламентации, не уместается в рамках служебных инструкций. Она по своему существу является творческой. Особенности труда этих профессиональных групп усложняют моральные отношения и к ним прибавляется новый элемент: взаимодействие с людьми – объектами деятельности. При этом нравственная ответственность приобретает решающее значение. Общество рассматривает нравственные качества работника как один из ведущих элементов его профессиональной пригодности. Общие моральные нормы должны быть конкретизированы в трудовой деятельности человека с учетом специфики его профессии,

Таким образом, профессиональная мораль должна рассматриваться в единстве с общепринятой системой морали. Нарушение трудовой этики сопровождается разрушением общих моральных установок, и наоборот. Безответственное отношение работника к профессиональным обязанностям представляет опасность для окружающих, наносит вред обществу, может привести, в конечном счете, к деградации самой личности.

Сейчас в России выявляется необходимость выработки нового типа профессиональной морали, которая отражает идеологию трудовой активности на основе развития рыночных отношений. Речь идет, прежде всего, о моральной идеологии нового среднего класса, составляющего подавляющее большинство рабочей силы в экономически развитом обществе.

В современном обществе личностные качества индивида начинаются с его деловой характеристики, отношения к труду, уровня профессиональной пригодности. Все это определяет исключительную актуальность вопросов, составляющих содержание профессиональной этики. Подлинный профессионализм опирается на такие моральные нормы как долг, честность, требовательность к себе и своим коллегам, ответственность за результаты своего труда. Профессиональная честь и достоинство, как правило, выступают мерой профессионализма в любой области.

3.4 Деловая мораль и рыночные отношения

В начале XX в. немецкие социологи анализировали проблему возникновения деловой морали в условиях становления рыночных отношений. М.Вебер в работе «Протестантская этика и дух капитализма» писал, что дух капитализма – это новое морально-психологическое явление, которое поощряет накопление богатства, развитие предприимчивости и конкуренции в экономической жизни.

По данным В. Зомбарта*, под деловой моралью понимали прежде всего совокупность правил и предписаний поведения делового человека по отношению к окружающим.

Рыночные отношения вызывают изменения в функционально-психологической структуре личности и в ее нравственных ориентациях. Э.Фромм* в работе «Быть или иметь» показывает, что социальный характер является результатом адаптации человека к новым условиям, новым рыночным отношениям. Э.Фромм вводит понятие «рыночный характер», то есть явление, когда человек ощущает себя как товар. Люди становятся товаром на «рынке личностей». Один и тот же принцип определения стоимости действует и на рынке личностей, и на товарном рынке.

Рынок – это система отношений людей по поводу обмена товарами и услугами. Основными его атрибутами являются товар, деньги, конкуренция. Он не возможен без экономической свободы и свободного предпринимательства.

Цивилизованный рынок при наличии в стране свободы экономической деятельности не представляет собой господство стихии, хаоса, беспредела в деловых отношениях. Эти отношения формируются в рамках законов, действующих в странах и международных экономических сообществах. Однако правовыми нормами все отношения между товаропроизводителями, коммерсантами, покупателями отрегулировать невозможно.

Действуя в условиях рыночной экономики, деловые люди должны соблюдать «правила игры», диктуемые современной культурой рыночных отношений. Эти правила игры не что иное, как этические нормы, регулирующие взаимоотношения самих бизнесменов и предпринимателей, а также их отношение к обществу и природе.

Цивилизованные рыночные отношения предполагают наличие не одного, а нескольких производителей определенной продукции, которые конкурируют между собой за рынки сбыта, покупателей. Культура рыночных отношений требует честной конкуренции. Она предполагает достижение успеха в бизнесе посредством повышения качества производимых изделий и оказываемых услуг, снижения их себестоимости и цены, хорошо налаженной, управленческой маркетинговой и рекламной деятельности, удовлетворения потребностей и желаний покупателей не только в качественных товарах, но и в быстрой и бережной доставке их на дом и в качественном эксплуатационном обслуживании.

Одним из показателей эффективного бизнеса наряду с получением прибыли является моральное удовлетворение тем, что эта прибыль получена без нарушения законов и этических норм.

Однако в России недостаточно разработана законодательная база, обслуживающая бизнес, наблюдается несовершенство, противоречивость существующих экономических законов, трудность их практической реализации. Профессиональная этика продавцов товаров и услуг не закреплена какими-либо обязательными соглашениями, кодексами.

Существует большой объем неконтролируемого государством подпольного (теневого) производства и ввоза товаров, их фальсификаций, подделок сертификатов, лицензий, бланков, штампов, печатей хозяйствующих субъектов и таможенных документов ввиду их слабой защищенности и т.д.

Наиболее типичными нарушениями законодательства на рынках товаров и услуг являются следующие:

индивидуальные злоупотребления хозяйствующих субъектов ((производителей, исполнителей, продавцов товаров, работ, услуг);

согласованные групповые антиконкурентные действия хозяйствующих субъектов;

недобросовестная конкуренция хозяйствующих субъектов, противоречащая добрым нравам и обычаям делового оборота;

не предоставление продавцами полной и объективной информации;

ущемление прав потребителей со стороны руководителей хозяйствующих субъектов (продавцов);

мошеннические действия продавцов товаров и услуг, выражающиеся в прямом и косвенном обмане потребителей.

В связи с массовыми нарушениями продавцами товаров и услуг законных прав и интересов потребителей необходима экстренная разработка мер по их нейтрализации. Наиболее важными и эффективными средствами в условиях российской экономики являются:

- массовое обучение продавцов (производителей, исполнителей) товаров и услуг основам законодательства, регулирующего бизнес;

разработка и утверждение «Кодекса профессиональной этики предпринимателя» на базе союзов, ассоциаций, объединений, обязательного для исполнения всеми его участниками без всякого исключения.

В последнее время актуализировались этические требования к предпринимательству в плане отношения к окружающей природной среде. Они ориентируют деловых людей на переход от потребительского отношения к ней к оздоровлению и восстановлению экологии. Во многих странах эти этические требования получили законодательное закрепление.

Соблюдение этических норм и правил поведения хозяйствующих субъектов на рынках товаров и услуг является залогом коммерческого успеха и благополучия фирм, о чем свидетельствует опыт работы преуспевающих компаний.

3.5 Виды профессиональной этики

Каждому роду человеческой профессиональной деятельности соответствуют определенные виды профессиональной этики со своими специфическими особенностями. Этика рассматривает моральные качества человека безотносительно к психическим механизмам, стимулирующим появление данных качеств. Изучение этики показывает многообразие, разносторонность профессиональных моральных отношений, моральных норм. Профессиональные моральные нормы – это правила, образцы, порядок внутренней регуляции личности на основе этических идеалов.

Врачебная этика изложена в «Этическом кодексе Российского врача», принятом в 1994 г. Ассоциацией российских врачей. Ранее, в 1971 г., была создана присяга врача Советского Союза. Представление о высоком моральном облике и образце этического поведения врача связано с именем Гиппократа.

Традиционная врачебная этика решает вопрос личного контакта и личных качеств взаимоотношений врача и пациента, а также гарантий врача не нанести вред конкретному индивиду.

Биомедицинская этика (биоэтика) представляет собой конкретную форму современной профессиональной этики врача, это система знаний о допустимых границах манипулирования жизнью и смертью человека. Манипуляция должна регулироваться нравственно. Биоэтика – это форма защиты биологической жизни человека. Основная проблема биоэтики: самоубийство, эвтаназия*, определение смерти, трансплантология, экспериментирование на животных и человеке, отношение врача и пациента, отношение к психически неполноценным людям, организация хосписов, деторождение (генная инженерия*, искусственное осеменение, «суррогатное» материнство, аборт, контрацепция).

Целью биоэтики является выработка соответствующих регламентаций для современной биомедицинской деятельности.

В 1998 г. при Московской Патриархии по благословению Святейшего Патриарха Алексия II был создан Совет по биомедицинской этике. В него вошли известные богословы, священнослужители, врачи, ученые, юристы.

Профессиональная мораль в журналистике начала складываться вместе с журналистской деятельностью. Однако процесс ее формирования растянулся на века и достиг определенности только с превращением журналистской профессии в массовую. Завершился он лишь на рубеже XIX и XX вв., когда были созданы первые кодексы и профессионально-нравственное сознание журналистского сообщества приобрело документированную форму существования.

Журналист, осваивая в ходе профессионального становления постулаты профессиональной морали, вступает с коллегами в профессионально-нравственные отношения, которые, в отличие от моральных как таковых, предполагают возможность институционально организованного и непосредственного вмешательства корпорации в его поведение. Однако, это вмешательство существенным образом отличается от административного воздействия, поскольку цель его – не принуждение, а побуждение.

Профессиональная этика журналиста, подобно другим видам профессиональной этики, начала формироваться непосредственно в трудовой деятельности. Она проявила себя в ходе кодификации тех профессионально-нравственных представлений, которые стихийно сложились в рамках способа журналистской деятельности и так или иначе были зафиксированы профессиональным сознанием журналистского сообщества. Появление первых кодексов означало завершение длительного процесса формирования профессиональной журналистской морали и одновременно открыло новый этап в ее развитии. Этот новый этап базировался на целенаправленном самопознании журналистской деятельности и практическом применении его результатов.

Особым проявлением профессиональной этики выступает *экономическая этика* («деловая этика», «этика бизнеса»). Экономическая этика – наука древняя. Ее начало положено Аристотелем в произведениях «Этика», «Никомахова этика», «Политика». Аристотель не отделяет экономику от экономической этики. Он советует своему сыну Никомаху заниматься только производством благ. Его принципы нашли развитие в идеях и концепциях католических и протестантских теологов, которые в течение длительного времени напряженно размышляли над проблемами этики бизнеса.

Одной из первых этико-экономических концепций была концепция Генри Форда*, одного из основателей автомобильной промышленности США. Он считал, что счастье и благосостояние добываются только честной работой и что в этом заключается этический здравый смысл, суть фордовской экономической этики заключена в мысли о том, что произведенный продукт не просто реализованная «деловая теория», а «нечто большее» - теория, цель которой создать из мира вещей источник радости. Сила и машина, деньги и имущество полезны лишь постольку, поскольку они способствуют жизненной свободе. Эти экономические установки Г. Форда имеют практическое значение и в настоящее время.

Этика менеджмента – наука, рассматривающая поступки и поведение человека, действующего в сфере управления, и функционирование организации как «совокупного

менеджера» относительно своей внутренней и внешней среды в том аспекте, в каком действия менеджера и организации соотносятся с общечеловеческими этическими требованиями.

Экономическая этика – это совокупность норм поведения предпринимателя, требования, предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику.

Экономическая этика включает в себя деловой этикет, который формируется под влиянием традиций и определенных сложившихся исторических условий конкретной страны.

Основными постулатами этического кодекса предпринимателя являются следующие: он убежден в полезности своего труда не только для себя, но и для других, для общества в целом; исходит из того, что люди, окружающие его, хотят и умеют работать; верит в бизнес, расценивает его как привлекательное творчество; признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества; уважает любую собственность, общественные движения, уважает профессионализм и компетентность, законы; ценит образование, науку и технику.

Эти основные принципы этики делового человека могут быть конкретизированы применительно к различным сферам его профессиональной деятельности. Для России проблемы экономической этики приобретают большое значение. Это объясняется стремительным формированием рыночных отношений в нашей стране.

В настоящее время основные принципы и правила делового поведения формулируются в этических кодексах. Это могут быть стандарты, по которым живут отдельные фирмы (корпоративные кодексы), или правила, регулирующие отношения внутри целой отрасли (профессиональные кодексы).

3.6. Кодексы профессиональной этики

Возникновение первых профессионально-этических кодексов относится к периоду ремесленного разделения труда в условиях становления средневековых цехов в XI-XII вв. Именно тогда впервые констатируют наличие в цеховых уставах ряда нравственных требований по отношению к профессии, характеру труда, соучастникам по труду. Однако ряд профессий, имеющих жизненно важное значение для всех членов общества, возникли в глубокой древности, и поэтому, такие профессионально-этические кодексы, как «Клятва Гиппократа», нравственные установления жрецов, исполнявших судебные функции, известны гораздо раньше.

Об этом свидетельствуют вавилонские, египетские, индийские и китайские рукописи. Они содержат важные мысли и высказывания о многих качествах, необходимых истинному врачу. Но только мыслитель и врач Гиппократ в своей знаменитой «Клятве» впервые сформулировал морально-этические и нравственные нормы профессии врача. Клятва и сегодня читается и воспринимается как вполне современный, полный нравственной силы документ. В 1969 г. на I Международном конгрессе по медицинской этике и деонтологии сочли возможным дополнить ее одной фразой: «Клянусь обучаться всю жизнь».

Термин деонтология введен в 1834 г. И. Бентамом* как обозначение науки о профессиональном поведении человека. Определенная внутренняя связь между деонтологией и этикой прослеживается в целях и практической реализации деонтологических норм и правил.

Кодексы этики существуют как часть профессиональных стандартов, разрабатываемых для различных видов деятельности в системе государственного управления. Они представляют собой совокупность нравственных принципов и конкретных этических норм и правил деловых взаимоотношений и общения.

Кодексы этики – это свод норм правильного, одобряемого поведения, считающегося уместным для человека той профессии, к которой данный кодекс имеет отношение. Профессиональные кодексы этики служат обществу гарантией качества и несут информацию о стандартах и ограничениях деятельности работников в той области, для которой данные кодексы разработаны. Знание кодексов помогает предотвращать неэтичное поведение.

Принципы этики деловых отношений – обобщенное выражение нравственных требований, выработанных в моральном сознании общества, которые указывают на необходимое поведение участников деловых отношений. Кодексы должны как можно полнее отражать реальную ситуацию и специфику той организации, в которой они принимаются.

Американская химическая компания «Проктер энд Гэмбл», основанная в 1837 г., имеет этический кодекс (приложение II), который состоит из 11 разделов. В нем значительное внимание отводится клиентам, поставщикам, заказчикам, партнерам и меньшее – служащим.

Предельно конкретные правила отражены в кодексе профессиональной этики членов Российского общества оценщиков (1994 г.). Этот кодекс состоит из двух разделов: в 12 пунктах одного скрупулезно перечислены этические действия оценщика имущества, и в 16 пунктах другого – неэтичная практика. Этичность в этом кодексе отождествляется с независимостью от клиентов и партнеров.

На смену кодексу профессиональной этики членов Российского общества оценщиков приходит кодекс профессиональной этики оценочных компаний Российской Федерации, который был утвержден в 2002 г. Советом руководителей общественных организаций оценщиков России. Он создан с целью объединения усилий всех добросовестных оценочных компаний России на пути утверждения оценки в качестве одной из ведущих отраслей экономической науки, установления высоких стандартов профессионализма, повышения авторитета российского оценочного сообщества.

Кодекс состоит из следующих разделов:

этические нормы отношений оценочных компаний с клиентами;

этические нормы отношений оценочных компаний с государством;

этические нормы взаимоотношений между оценочными компаниями;

этические нормы отношений оценочных компаний с прессой, рекламными и рейтинговыми агентствами;

подписание кодекса саморегулируемыми и общественными организациями оценщиков;

присоединение оценочных компаний к кодексу.

Из пяти разделов состоит этический кодекс компании «Кока-Кола».

Первый из них регулирует выполнение обязательств по бухгалтерским счетам и отчетам компании. Сотрудники представляют отчеты о своей деятельности руководству, а оно, в свою очередь, готовит отчеты для акционеров компании, правительственных органов и других юридических лиц.

Во втором разделе описаны потенциальные конфликты, которые могут возникнуть при столкновении интересов служащих. Кодекс запрещает служащим иметь личную заинтересованность в поставщиках компании, в делах конкурента или делах клиента компании.

Третий раздел регулирует взаимодействия компании с государственными учреждениями, официальными лицами, клиентами и поставщиками.

В четвертой части регламентируется участие служащего в деятельности политических партий и других компаний, которая не должна сказываться на качестве его работы.

Пятый раздел содержит указания по реализации правил кодекса.

Современные этические принципы делового поведения, опирающиеся на аксиомы мировой философской мысли, прошедшие многовековую проверку теорией и практикой, сформулированы американским социологом Л. Хосмером:

никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах твоей компании (принцип основан на учении древнегреческих философов, в частности Протагора*, о личных интересах, сочетающихся с интересами других людей, и различии между интересами долгосрочными и краткосрочными);

никогда не делай того, о чем нельзя было бы сказать, что это действительно честное открытое и истинное, о котором можно было бы с гордостью объявить на всю страну в прессе и по телевидению (принцип основан на взглядах Аристотеля и Платона о личных добродетелях – честности, открытости, умеренности и т.п.);

никогда не делай того, что есть добро, что не способствует формированию чувства локтя, так как все мы работаем на одну общую цель (принцип основан на заповедях всемирных религий (св. Августин), призывающих к добру и состраданию);

никогда не делай того, что нарушает закон, ибо в законе представлены минимальные моральные нормы общества (принцип основан на учении Т. Гоббса* и Дж. Локка* о роли государства как арбитра в конкуренции между людьми за благо);

никогда не делай того, что не ведет к большему благу, нежели вреду для общества, в котором ты живешь (принцип основан на этике утилитаризма* (практической пользе нравственного поведения), разработанной И. Бентамом и Дж. Миллем*);

никогда не делай того, чего ты не желал бы рекомендовать делать другим, оказавшимся в похожей ситуации (принцип основан на категорическом императиве* И. Канта, в котором декларируется знаменитое правило об универсальной, всеобщей норме);
никогда не делай того, что ущемляет установленные права других (принцип основан на взглядах Ж.Ж. Руссо* и Т. Джефферсона* на права личности);
всегда поступай так, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований рынка и с полным учетом затрат. Ибо максимальная прибыль при соблюдении этих условий свидетельствует о наибольшей эффективности производства (принцип основан на экономической теории А. Смита* и учении В. Парето* об оптимальной сделке);
никогда не делай того, что могло бы повредить слабейшим в нашем обществе (принцип основан на правиле распределительной справедливости Ролса);
никогда не делай того, что препятствовало бы праву другого человека на саморазвитие и самореализацию (принцип основан на теории Нозика о расширении степени свободы личности, необходимой для развития общества).

Разработка и соблюдение этических кодексов профессионального поведения – важная и актуальная задача. В 1985 г. на VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации была принята Хартия туризма. Кодекс туриста (приложение III) Глобальный этический кодекс туризма одобрен на Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации (ВТО) в Сантьяго (Чили) 1 октября 1999 г. (приложение IV).

В России принята национальная Программа «Российская деловая культура» (приложение V). Целью ее является помощь отечественным предпринимателям быстрее овладеть современной деловой культурой.

Российские специалисты должны следовать соответствующему кодексу этики и стандартам профессионального поведения. В настоящее время деловыми профессиональными ассоциациями принято значительное число этических кодексов.

В настоящее время растет влияние социологии на общественные процессы. От точности и объективности информации, представленной социологом, зависит успех социальных преобразований, возможность погашения социальных конфликтов, сохранения социальной стабильности. Нравственная позиция социолога-профессионала во многом зависит от степени усвоения им основ профессиональной этики, дающей моральные ориентиры профессиональной деятельности. Этический кодекс социолога представлен в приложении VI.

Профессионально этический кодекс консультантов по подбору персонала принят конференцией Ассоциации консультантов по подбору персонала (АКПП) 12.10 1996 г.

Рекомендуется вопросы по профессиональной этике включать в программу экзаменов на присвоение соответствующей квалификации, чтобы специалисты неукоснительно соблюдали положения кодекса профессиональной этики соответствующей специальности. Некоторые фирмы имеют штатных специалистов по деловой этике.

Крупные фирмы, имеющие деловые школы, школы бизнеса, внедряют для обучения студентов программы этики менеджмента, Этики деловых отношений, этики бизнеса, этики речевого воздействия.

Опыт деятельности ряда известных фирм США, Франции, Японии и других стран показывает, что строгое соблюдение установленных правил и проведение соответствующей работы с персоналом обеспечивает им значительную прибыль. В США половина существующих кодексов принята до 1955 г., четыре пятых от их числа – до 1970 г.

Только за последние два десятилетия в США опубликованы сотни монографий, 25 учебников по деловой этике, издаются два специализированных журнала. В качестве обязательной дисциплины этика входит в учебные планы многих университетов. В Вашингтоне с 1977 г. действует «Центр этических проблем», который помогает фирмам и организациям создавать и перерабатывать этические кодексы, поддерживать высокий нравственный уровень рабочей атмосферы, а работникам – разбираться в законах этики и безболезненно гасить нравственные конфликты.

В японских компаниях разрабатываются карты этики – набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующих этический кодекс организации для каждого ее работника. Они содержат также имя и телефон консультанта организации по этическим вопросам.

4. ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭТИКИ И ЭТИКЕТА

4.1. Взаимосвязь и различие понятий «этики» и «этикета»

Объектом изучения этики является мораль. Она регулирует сознание и поведение человека во всех сферах жизни – в труде, быту, политике, отношениях в семье, коллективе, в международных отношениях, в отношениях с природой. Мораль участвует в формировании человеческой личности, ее самосознания. «Этика, – по словам А. Швейцера*, – есть безграничная ответственность за все, что живет».

На основополагающих нормах этики базируются все без исключения направления деловой этики.

Современная деловая этика, по мнению многих ученых, должна основываться на трех важнейших положениях:

создание материальных ценностей во всем многообразии форм рассматривается как изначально важный процесс;

прибыль и другие доходы рассматриваются как результат достижения различных общественно-значимых целей;

приоритет в разрешении проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам межличностных отношений, а не производству продукции.

Соблюдение деловой этики является одним из главных критериев оценки профессионализма как отдельного сотрудника, так и организации в целом.

Деловая этика основывается на общих правилах поведения, выработанных людьми в процессе совместной жизнедеятельности.

Этикет – это установленный порядок поведения где-либо. Это нормы взаимоотношений людей различного правового, социального и интеллектуального статуса. Это часть нравственной культуры, ассоциирующейся с категорией прекрасного. Этикет как бы соединяет внутренний мир человека с его внешним проявлением

Этикет регламентирует, что допустимо и приемлемо в данном обществе или в данной группе людей, а что нет.

Он связан с понятиями вежливости, культуры, интеллигентности.

В основе этикета лежит уважение к людям. Он возник как придворный церемониал во времена французского короля Людовика XIV (1638 – 1715 гг.). Его правление – апогей французского абсолютизма*. Именно Людовику XIV мы обязаны названием «Этикет».

На дворцовых приемах у Людовика XIV гостям раздавались карточки с написанными правилами поведения. От названия «карточка» - этикетка произошло слово «Этикет». Зародившись в XVII в. в среде Версаля, оно стало распространяться по всему миру, проникая во все языки без перевода и особых комментариев.

Этикет регламентирует, что допустимо и приемлемо в данном обществе или в данной группе людей, а что нет. В отличие от норм морали он носит как бы характер неписанного соглашения людей.

Этика оперирует нравственными категориями. В чем-то этика и этикет могут совпадать, например, говорить правду надо как с точки зрения этикета, так и морали. Но вежливое обращение требует лишь этикет.

Как этикет, так и этика представляют собой разные кодексы правил поведения. О них должен думать деловой человек.

К примеру, мужчина защищает женщину от хулиганов. Он дерется с ними, называет их неприличными словами. С точки зрения этикета употреблять бранные слова не годится, но в данном случае это не является неэтичным. В данном случае - нарушение этикета, но не этики. Мужчина проявил решительность, мужество, силу, то есть положительные качества, защитил женщину от хулиганов.

И этика и этикет утверждают, что казенным имуществом не по назначению пользоваться нельзя.

Когда сотрудник в разговоре с другим критикует действие отсутствующего сотрудника, он, естественно, нарушает этикет, но когда психолог фирмы жалуется на работника (пациента) другому – это нарушение этики.

Законы этики рассматривают проблему в более широком плане и не касаются таких мелочей, как обиды из-за того, что кто-то не сказал: «Спасибо» или «Пожалуйста» или не отправил коллеге поздравление и др.

Каждая проблема, связанная с этикетом, начиная от хвастовства и кончая обмена подарками, должна решаться в свете этических норм, действующих в данной организации, в данном обществе. Например, не принято дарить часы ни на Востоке, ни на Западе. В Японии число четыре является несчастливым, поэтому японцам неприлично дарить набор, состоящий из четырех предметов, сервиз на четыре персоны и т.д.

Незнание этикета, неловкость, неуверенность в себе мешают развитию беседы в нужном направлении, ограничивают инициативу и сковывают поведение человека в любой обстановке.

Сознавая, какие выгоды это может принести в будущем, японские фирмы ежегодно обучают свой персонал хорошим манерам, правилам и формам общения, проводят консультации по этим вопросам для своих служащих. Они тратят на обучение этикету сотни миллионов долларов. Они справедливо полагают, что лучше сегодня потратить деньги на эти цели, чем завтра потерять потенциальных клиентов, рынки сбыта своей продукции. Из-за неумения своих сотрудников правильно одеваться, корректно вести себя друг с другом, с клиентами, с руководителями, неумения грамотно составить письмо, вежливо и тактично общаться по телефону, правильно подобрать и расставить персонал, порой, рушатся карьеры. Трудно сказать, сколько денег теряется ежегодно, сколько наносится травм из-за неправильного поведения или невоспитанности.

Английский писатель и моралист XIX в. Дж. Леббок* верно заметил по этому поводу: «... для успеха в жизни умение общаться с людьми гораздо важнее обладания талантом».

Правила делового этикета помогают сближению экономических, финансовых интересов деловых людей, способствуют установлению деловых отношений с иностранными партнерами. Знание делового этикета является основой предпринимательского успеха.

По словам Д. Карнеги*: «Успехи того или иного человека в его финансовых делах процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и процентов на восемьдесят пять – от его умения общаться с людьми».

И этика и этикет показывают человеку, как он должен себя вести. Этика и этикет шествуют рядом друг с другом. Важно понять, что для успеха следует правильно ориентироваться в вопросах этики и хорошего тона, усвоить специфику правильного поведения в определенных ситуациях. Тогда можно будет решать проблемы, связанные с профессиональной подготовкой.

4.2. Правила поведения с точки зрения этики и этикета

Поведение в процессе делового взаимодействия во многом зависит от таких личностных качеств человека, как совесть, долг, честь, достоинство, благородство.

Совесть – моральное осознание человеком своих действий. Совесть является фактором, предостерегающим личность от неблагоприятных поступков и побуждающим к нравственной деятельности.

Совесть тесно связана с такой моральной категорией, как долг. *Долг* – это осознание добросовестного исполнения своих служебных и гражданских обязанностей, это нравственная обязанность индивида перед обществом, коллективом, семьей, друзьями. Благодаря совести при нарушении долга человек несет ответственность перед другими людьми и перед самим собой

Честь обязывает человека добросовестно выполнять свои служебные, гражданские, профессиональные обязанности, быть правдивым, требовательным к себе и другим и т.д.

Достоинство выражается в самоуважении, в осознании значимости своей личности. Достоинство не позволяет человеку унижаться, льстить, угождать ради своей выгоды, терпеть оскорбления со стороны других индивидов.

Благородство - это способность человека жертвовать своими интересами во имя интересов других, совершать бескорыстные поступки. Это нравственное поведение высшего качества. Благородство предполагает тайное самопожертвование и помощь, которые не требуют огласки и благодарности.

Нравственные качества личности: совесть, долг, честь, достоинство, благородство имеют базовый характер, нравственные же требования к общению: вежливость, тактичность, точность, скромность и др. относятся к этикету.

Вежливость – это выражение уважительного отношения к другим людям, их достоинству. Суть вежливости – доброжелательность. Вежливость может проявляться по-разному. Существует несколько оттенков вежливости: корректность, учтивость, любезность, деликатность.

Корректность – несколько подчеркнутая, официальная, сухая вежливость, умение держать себя в рамках приличий в любых ситуациях, в том числе и конфликтных. Проявлять корректность - значит сохранять достоинство свое и своего партнера по общению.

Учтивость – вежливость почтительная, проявляемая обычно к старшим. Уважение к родителям входит в любой свод писаных и неписаных правил от Ромула до наших дней. Соблюдаются обычаи и традиции народа почитать старших, любить родителей, уважать женщину.

Любезность – вежливость, в которой явно проявляется стремление быть приятным и полезным другому человеку.

Деликатность – это вежливость, проявляемая с особой мягкостью, тонкостью, чуткостью в отношении людей, с которыми происходит общение.

Одним из элементов вежливого обхождения является *тактичность*. Чувство такта – это прежде всего чувство меры, чувство границы в общении, превысив которые можно обидеть человека или поставить его в неловкое положение. Тактичный человек не сделает замечания кому-либо в присутствии других людей, не унизит человеческое достоинство. Тактичное поведение предполагает и умение задавать вопросы.

Точность – это моральная норма. Нарушение ее в общественной жизни, деловой сфере приводит к невыполнению контракта, срыву важного задания и др.

В деловом мире считают, что нельзя положиться на того, кто опаздывает. Нужно уметь ценить свое время, не бросать слов на ветер. «Точность – вежливость королей и долг всех добрых людей», - говорил французский король Людовик XVIII.

Скромность является проявлением высокой этической культуры. Она означает сдержанность в оценках, не бравирование своими достоинствами, служебным положением, уважение вкусов и привязанностей других людей. Скромный человек никогда не считает себя выдающейся личностью, способнее, умнее других, не требует для себя никаких привилегий. Дейл Карнеги утверждает: «Человек, который говорит только о себе, только о себе и думает. А человек, который думает только о себе – безнадежно некультурен. Он некультурен, как бы образован он ни был».

Вежливый человек предупредителен.

Предупредительность – это стремление первым оказать любезность, избавить другого человека от неудобства и неприятностей. Предупредительный человек первым предложит место в транспорте инвалиду или пожилому человеку, без просьбы подаст ему руку, когда он выходит из транспорта, поможет ему перейти улицу.

Общепринятые нравственные требования к общению, неразрывно связанные с признанием неповторимости, ценности каждой личности, лежат в основе коммуникативной культуры.

Коммуникативная культура – это знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей и собственно взаимодействия в деловой сфере, позволяющие устанавливать психологический контакт с деловыми партнерами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение деловых партнеров, направлять поведение деловых партнеров к желательному результату.

5 ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

5.1 Приветствия. Представления. Обращения. Субординация

Приветствие – это первая демонстрация вежливости.

Богатый наш русский язык позволяет разнообразить выражения приветствий при сохранении доброжелательности: «Добрый день», «Добрый вечер», «Здравствуйте» и др. Есть еще и жаргонные словечки: «Здорово», «Приветик», «Салют» и др. Они могут быть уместны в дружеской обстановке. И все равно ими злоупотреблять нельзя. Неуместны они в служебной

сфере, среди малознакомых людей. Употребление жаргонных слов свидетельствует о недостатках воспитания.

«Доброе утро» принято говорить до 12.00 часов, «Добрый день» - до 18.00 часов, «Добрый вечер» - после 18.00 часов. Данные приветствия не рекомендуется обращать к вышестоящим лицам, хотя они могут таким образом адресоваться к нижестоящим. Наиболее официальное приветствие: «Здравствуйте», прощание - «До свидания».

Этикетные правила рекомендуют всегда приветствовать знакомых, встречая их несколько раз в день. Если вежливые формулировки исчерпаны, можно лишь улыбнуться, но не делать вид, что не заметили человека. «По части учтивости лучше пересолить, чем недосолить», - остроумно заметил испанский писатель Сервантес.

Требования этикета соблюдают, независимо от настроения, психологического состояния. Например, несмотря на натянутые отношения, здороваются в форме корректной вежливости.

Молодой человек первым приветствует женщин, старших по возрасту и по положению мужчин. Но руку первыми протягивают они.

Вошедший в помещение парикмахерской, купе вагона, ложу театра здоровается первым, будь-то мужчина или женщина.

При встрече людей равного статуса здоровается первым тот, кто хорошо воспитан.

При встрече двух пар (женщины справа от мужчин) первыми здороваются женщины, затем женщины - с мужчинами, в последнюю очередь – мужчины.

Ритуальный жест снятия шляпы, фуражки, кепи при приветствии сохраняется. Тот, кто показывает свое лицо, производит дружелюбное впечатление, в отличие от того, кто прячет его. При этом зимнюю шапку, берет, трикотажную шапочку снимать не принято.

Если приветствие голосом нецелесообразно (большое расстояние между людьми и др.), то обмениваются поклонами.

Поклон – это не кивок головой. При поклоне голова фиксируется в наклоненном состоянии на 1 – 2 секунды.

Поклон может быть формальным, вежливым, заискивающим, пренебрежительным, холодным, теплым, полным уважения, изящным, глубоким,

В России мужчины приветствуют друг друга рукопожатием. При этом руку над столом не протягивают (допускается в официальной обстановке). Чтобы поздороваться, нужно выйти из-за стола.

Ислам не приемлет при встрече мужчины и женщины не только рукопожатие, но даже простое соприкосновение. В странах Юго-Восточной Азии не принято обмениваться рукопожатиями.

Сидящий мужчина должен встать при входе женщины, поприветствовать ее, предложить ей сесть.

Придя в гости, в первую очередь, здороваются с хозяйкой и хозяином, затем с гостями, если их много, делают поклон или говорят всем: «Здравствуйте». Если гостей мало, здороваются с каждым из них.

Таким образом, согласно правилам вежливости, первым приветствует

мужчина – женщину;

младший – старшего;

проходящий – стоящего;

опаздывающий – ожидающего;

входящий – находящихся в помещении.

Сейчас приветствие служит для установления контактов, знакомств. Раньше приветствовали только того, кто уже представлен.

Представление. Для того, чтобы познакомиться с кем-либо или познакомить кого-то, следует представиться или представить. Предусмотренные этикетом правила указывают, когда и как необходимо представить или быть представленным.

Вспомним, как устанавливались торговые связи со средневековой Японией, которая до известной эпохи Мэйдзи была закрытой для остального мира. Коммерсант, купец, прибывший в страну восходящего солнца для установления деловых связей, представлялся императору. Процедура представления была столь унижительной, что не каждому зарубежному гостю она была под силу. Иноземец должен был от двери приемной залы ползти на коленях к отведенному ему месту, а после приема таким же образом, пятась как рак, покинуть свое место и скрыться за дверью.

В соответствии с правилами хорошего тона мужчину представляют женщине, младшего – старшему, холостого мужчину – женатому, низшего по иерархии – высшему. Лектора или артиста обязательно представляют устроители.

Нового работника представляет начальник, но если он по какой-либо причине не смог это сделать, работнику следует самому представиться, назвав при этом свою должность, фамилию, имя, отчество.

В настоящее время деловая женщина может сама представиться без посредника.

Девушку представляют пожилому мужчине.

Гостей представляют хозяйка, хозяин или организаторы мероприятия. Тех, кто пришел позже, представляют тем, кто пришел ранее. Но молодых людей всегда представляют старшим, независимо от того, кто и когда пришел.

Как представляться? Каждый волен выбирать сам, независимо от пола, возраста.

По последовательности представления предлагаются: две рекомендации: называют фамилию мужчины даме, затем фамилию дамы; называют фамилию более молодого, потом – старшего.

При представлении принято говорить: «Добрый день», называя фамилию нового знакомого.

Представляющий, знакомя лиц одного пола, близких по возрасту и служебному положению, может воспользоваться формулировкой: «Познакомьтесь, пожалуйста, уважаемые коллеги», не акцентируя внимание на том, кто кому представлен.

После представления, для подтверждения знакомства, обычно принято обменяться несколькими любезными общими фразами, или непродолжительно побеседовать. Инициатива при этом - у женщины или лица более высокой должности, то есть у того, кому представляли.

Во многих странах придается особое значение титулам. Международный этикет в этой области упрощается. Лишь в церемониалах протокольного характера при представлении присутствующих называется полный титул.

Началом общения является *обращение*. Оно выражается в адресации к собеседнику по имени, отчеству, фамилии, должностному или профессиональному признаку. Это обычное выражение вежливости, оказание уважения человеку. Знакомство, беседа начинаются с обращения.

Выбор формы обращения с позиций современного этикета зависит от нескольких условий.

«Вы» - говорят незнакомым, малознакомым и уважаемым людям в официальной и неофициальной обстановке.

В условиях официального общения принято обращение на «Вы», даже среди близких, хорошо знакомых людей.

Молодой человек не может первым назвать на «Ты» более старшего, если последний не предложит первым называть его на «Ты».

Важно, чтобы обращение на «Ты» не навязывалось в деловой сфере или личной жизни.

Начальнику не следует называть подчиненных на «Ты», так как это воспринимается как покровительственное «тыканье». Подчиненные должны обращаться к начальнику на «Вы», независимо от степени близости и родства.

Обращение без имени – обращение формальное: будь то подчиненный или начальник, сосед или попутчик в общественном транспорте. Обращение по имени отчеству – это обращение к личности. Произнося имя, отчество, подчеркивают уважение человеческого достоинства, демонстрируют душевное расположение. Такое обращение, приветствие говорит о культуре человека и создает ему репутацию деликатного, воспитанного, тактичного человека. Эти качества воспитываются, потом становятся привычкой.

В деловых отношениях деловой человек соблюдает *субординацию* (служебное подчинение младшего старшему). Он не забывает о соподчиненности и не отдает без особой необходимости распоряжения в обход нижестоящего руководителя, чтобы не подорвать авторитет последнего.

Ко всем сотрудникам у руководителя должно быть ровное и выдержанное отношение, независимо от личных симпатий или антипатий. Не злоупотребляют личными просьбами к подчиненным во избежание фамильярности во взаимоотношениях. Излишняя доступность руководителя ведет к панибратству.

Соблюдение субординации вне службы (в театре, ресторане, на отдыхе и др.) нелепо.

5.2. Визитные карточки

Визитная карточка – это карточка с именем, отчеством (у россиян), фамилией, указанием служебного положения, адресом, телефоном и другими сведениями о лице, вручающем или оставляющем ее при официальном знакомстве, посещении кого-либо и т.п.

Визитных карточек имеется несколько видов: стандартная; для специальных и представительских целей; для неофициального общения (семейная); карточка организации (фирмы) и др.

В странах с развитой рыночной экономикой визитные карточки играют важную роль в современном деловом этикете. В большинстве случаев они могут заменять удостоверение личности. Визитные карточки популярны также и в России.

Пробораз настоящей визитной карточки появился в XVI в. Германские студенты, учившиеся в итальянском университете Падуа (основанного в XIII в.), перед отъездом домой на каникулы наносили визит своим профессорам и в знак дружеского отношения оставляли им цветные миниатюры, на которых был изображен фамильный герб. Визитер писал на ней от руки свое имя, дату. Самая ранняя карточка датируется 1731 г. (Флоренция).

Затем появляются гравированные карточки, рельефные (с выдавленным именем или монограммой), литографические (литос – камень). Типографским способом визитные карточки начали изготавливать в начале XX в.

Визитная карточка представляет собой тонкий, гибкий лист картона размером примерно от 40x70 до 70x100 мм.

В России распространены визитные карточки с двусторонним текстом: на русском языке с одной стороны и на иностранном – с другой. В соответствии с протокольными требованиями, это не совсем верно, так как на оборотной стороне визитной карточки принято делать записи, пометки. В международной практике принято иметь две визитки: одну на родном языке, другую – на иностранном. Цвет карточек – белый.

Основные цели использования визитных карточек: информирование о своем существовании. Мягкая ненавязчивая форма проявления интереса к адресату;

сообщение дополнительной информации о себе и своей фирме в момент знакомства; поддержание контактов:

- поздравления с праздниками и событиями;
- выражение признательности, благодарности;
- сопровождение подарка, сувенира, цветов;
- выражение соболезнования.

Запись делают в левом нижнем углу простым карандашом, обязательно в третьем лице. Например: «Благодарит за новогодние поздравления», «Выражает соболезнование по случаю ...».

Раньше была распространена международная символика (сокращения французских слов). Сегодня они стали редкостью, но все-таки используются. Значение этих сокращений:

r.f. (pour feliciter) - поздравляет;

r.f.N.a. (pour feliciter nouvel an) – поздравляет по случаю Нового Года;

r.g.f.N.a. - благодарит и поздравляет с Новым Годом (поздравление получено раньше, поэтому надо поблагодарить и поздравить, если праздник еще не прошел);

r.c. (pour condoleances) - выражают соболезнование;

r.p.p. (pour prendre part) – с выражением соболезнования и готовностью помочь;

r.p.c. (pour prendre conge) – прощается при отъезде из страны.

Визитные карточки с сокращениями r.c., r.p.p и r.f. дают ответ своей визитной карточкой с сокращением r.g (pour remercier) , что означает «спасибо».

Если проходит несколько дней после праздника, то употребляют сокращения о благодарности и пожелания счастья, например, r.g.p.f.

Чтобы представить людей друг другу используют сокращение r.p. (pour presenter), что означает «для представления». При этом посредник пишет указанное сокращение на своей карточке и отправляет адресату две визитные карточки: свою и представляемого человека.

Визитными карточками обмениваются при знакомстве, а также оставляют при нанесении визита. Завезенная лично визитная карточка – знак особого уважения. При этом загибают ее правую сторону по ширине. Посылаемые визитные карточки не загибаются. На завезенную визитную карточку отвечают в течение 24 часов, на полученную по почте, так же.

При знакомстве первым вручает свою визитную карточку гость, то есть тот, кто пришел в офис или, чье положение ниже, при равенстве должностей – младший по возрасту. Если должность и возраст практически одинаковы, первым вручает визитную карточку тот, кто окажется вежливее.

При визите за рубеж первыми вручают визитные карточки хозяева. Строго этому следуют корейцы и японцы.

При получении визитной карточки произносят вслух фамилию ее хозяина, с целью избежать неправильного произношения. При вручении визитной карточки принято называть свою фамилию и обмениваться легкими поклонами. Представителям Ближнего Востока карточку принято вручать только правой рукой, в Японии и других азиатских странах – обеими руками. Принимают визитные карточки правой рукой или обеими руками.

Визитными карточками принято обмениваться. При невозможности вручить визитную карточку сразу, это можно сделать в течение 24 часов.

На приглашение или поздравление принято отвечать визитной карточкой. Текст, написанный на ней, вынужденно краткий. Подобным образом пользуются для рекомендаций, приветствий и коротких сообщений. На визитной карточке не пишут заголовка, не ставят подписи.

После представления женщине мужчина в течение недели должен отправить свою визитную карточку ей и ее мужу, хоть ему и не был представлен.

Женщина никогда не оставляет свою визитную карточку в доме холостого мужчины.

При изменении адреса новую визитную карточку вместе со старой отправляют по почте своим знакомым.

Деловому человеку рекомендуется иметь при себе не менее десяти визитных карточек. В соответствии с общепринятыми международными нормами наличие визитной карточки способствует деловому общению.

5.3 Деловые подарки и сувениры

Делать подарки – искусство, проявление внутренней культуры человека. Подарок должен быть выражением хорошего отношения к человеку.

Как память о посещении города, фирмы, дома гостям вручают различные предметы, художественные изделия - сувениры. Обычно на них имеется эмблема, знак фирмы и др.

Во время первой встречи подарки вручают хозяева, а не гости. Поэтому преподносят подарок прибывшему зарубежному гостю в знак того, что его рассматривают как почетного клиента и предполагают длительные деловые отношения. При последующих встречах обмен подарками становится обязательным.

Подарки следует дарить строго по рангам. Чувствительны к нарушению субординации представители азиатских стран. Серьезным нарушением этикета считается повторение подарка.

Самым популярным подарком являются цветы. Однако в Индии они не приняты в качестве подарка. К посылаемому букету или корзине цветов следует приложить визитную карточку. Мужчинам цветы не дарят, за исключением юбилея. Женатый мужчина не дарит цветов девушке, а женщина – мужчине. При этом помнят, что в Германии не дарят белые и желтые цветы. В Японии хризантемы считаются символом императорского трона. Их могут дарить только члены императорской семьи, а во Франции хризантемы считаются цветами скорби. В Норвегии принято дарить четное количество цветов.

Для японцев число четыре является смертельно опасным, поэтому им не дарят ничего в количестве четырех штук.

Не следует никому и нигде дарить иконы, жемчуг, носовые платки, часы, зеркала, ножи. Не рекомендуется дарить матрешки и самовары. Их дарят всегда, так что они есть почти у каждого иностранного гостя. Во Франции женщинам не принято дарить духи, так как этот подарок означает очень интимные отношения. Гостям из Индии не дарят изделия из воловьей кожи, так как корова является священным животным. Мужчине не принято дарить галстук. Его мужчина выбирает себе сам.

Принимать подарки следует тактично. Получив подарок, надо поблагодарить за красивую упаковку. Затем развернуть и поблагодарить еще раз за приятный подарок.

5.4 Этикет в культуре внешности

Впервые увидев человека, люди непроизвольно обращают внимание на его внешность. «Одежда составляет девяносто процентов всего того, что люди видят перед собой, когда смотрят на вас», - подчеркивает Дебра Гай Кокс, консультант по имиджу. Одежда воздействует на окружающих, так как, независимо от сознания человека, мгновенно фиксируется его органами чувств. Поэтому не зря говорят, что о человеке вначале судят по его внешности, затем по разговору, а далее по интерьеру его кабинета.

Внешний вид, как правило, отражает внутреннее, нравственное содержание человека. «Люди судят о нас – то есть определяют, кто мы, где мы живем и где мы были – на основе одного лишь взгляда на нашу одежду», - говорит Кокс.

Культуру человека подчеркивает его одежда. Она является, своего рода, визитной карточкой человека. Одежда несет партнерам по общению информацию о человеке, его вкусах, принадлежности к тому или иному социальному или профессиональному слою.

Со вкусом подобранная одежда, аксессуары, опрятный вид делают его уверенным, собранным, энергичным. Не зря Рокфеллер начал свой бизнес с того, что купил себе на последние деньги дорогой костюм и стал членом гольф-клуба.

«Уменье одеваться более важно, нежели уменье входить в комнату или уменье кланяться. Ничто так не бросается в глаза, как одежда человека», - наставляли в старину.

Глядя на предпринимателя впервые, сразу составляют впечатление о нем самом и его благосостоянии.

Большое значение имеет цвет одежды. Воздействие цветом – мощный психологический раздражитель: им можно успокоить, настроить партнеров на «деловой лад», можно в определенной ситуации вызвать неприязнь или, напротив, положительные эмоции. Цветовые сигналы воспринимаются партнерами на подсознательном уровне. Этим и объясняется «тайная» сила их воздействия.

Согласно данным М. Люшера, создателя широко известного в современной психодиагностике цветового теста, каждый цвет имеет свое психологическое значение. Это подтверждают и отечественные психологи.

Одежда должна соответствовать месту, времени, характеру события. Ее нужно уметь правильно носить. Чем светлее костюм, тем лучшего качества он должен быть.

5.4.1. Одежда для мужчин

Одежда формирует внешний облик делового человека. Она привлекает внимание людей, озабоченных межличностными отношениями. По словам Элисон Лурье, автора книги «Язык одежды»: «... социологи говорят нам, что мода... является языком знаков, невербальной системой коммуникации».

Главное в одежде мужчин – костюм. Наиболее распространены следующие стили мужских костюмов (рис 1- 4 .П. 1):

английский;

европейский;

модифицированный европейский;

американский «мешочный».

Общепринятые цвета костюмов: синие - от темно-синего до синего цвета средней насыщенности; серые – от средней насыщенности до цвета темного гравия; допускаются коричневые – от средней насыщенности – до бежевого, в мелкую клеточку. Минимум власти демонстрируют светлые тона. Для торжественных случаев – предпочтителен черный цвет.

Накладные карманы на пиджаке увеличивают бедра (рис. 17)..

Пиджаки, застегивающиеся ниже талии, удлиняют торс и соответственно зрительно укорачивают ноги.

Мужчины с короткими ногами не носят длинные пиджаки.

.В официальной обстановке мужской пиджак должен быть застегнут. В застегнутом пиджаке входят в кабинет на совещание, сидят в президиуме или выступают с докладом, а также входят на прием, в зрительный зал театра. Но при этом нижнюю пуговицу никогда не застегивают, конечно, если она не одна. Этим подчеркивается талия.

Расстегнуть пиджак можно, сидя в кресле или за столом, во время завтрака, обеда, ужина.

В зимний период современные деловые мужчины вместо сорочек предпочитают свитеры. В этом случае во время работы пиджак можно не всегда застегивать, руки не возбраняется держать в карманах. При этом мужчина чувствует себя более раскованно и в то же время по-деловому (рис.16).



Рис. 16. Рабочая одежда делового человека

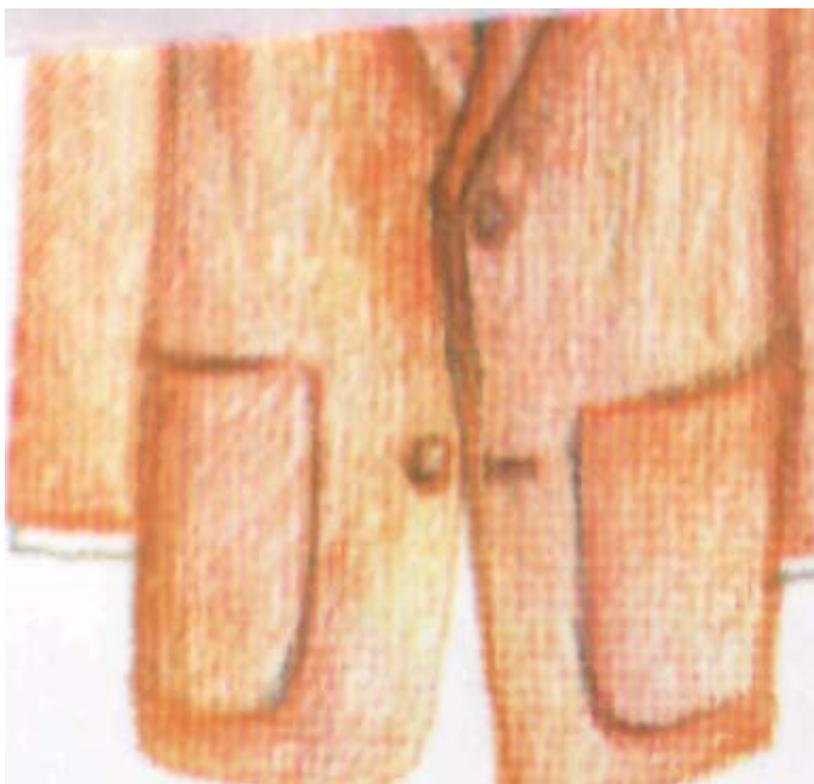


Рис. 17 Накладные карманы

Деловой мужчина для различных мероприятий должен иметь не менее трех костюмов и 12 хлопчатобумажных сорочек различных цветов, преимущественно пастельных. Они должны подходить к костюмам по тону. Обязательно нужно иметь белые сорочки, но белого ледянистого цвета. Допускается тонкая полоска или клетка. Рукав - длинный.

Воротник сорочки – классический (рис. 5.П.1). Однако выбор воротника важен для мужчин с нестандартной шеей и формой лица. У стройных мужчин с длинной худой шеей суженные воротники (со сближенными углами) или длинные и острые воротники подчеркивают те черты, которые нужно приглушить. Им больше идут широкие воротники. Они как бы расширяют шею. Мужчины с полным лицом и короткой шеей выглядят эффектнее в сорочках с узкими воротниками. Воротники с петелькой и завышенной горловиной хороши для мужчин со средней шеей (рис. 6. П. – 9.П.1).

На сорочке, как и на пиджаке, также не допускаются элементы спортивного или военного стиля – погончики, накладные карманы со складочками или кокетками. Допустим один накладной карман. Обычно на кармане имеется логотип (словесный товарный знак) фирмы-изготовителя.

Джон Т. Моллой в книге «Одежда для успеха» пишет: «Если у вас есть намерение воспринять все, что я написал в этой книге, всерьез... то вы никогда на протяжении всей своей жизни не наденете сорочку с коротким рукавом на деловую встречу, независимо от того, работаете ли вы совсем недавно в качестве простого курьера или же вы президент компании. Короткий рукав является символом низшего социального слоя среднего класса и потому не может чисто психологически вызывать чувства уважения и власти».

Элегантные сорочки должны быть без карманов, но если они есть, то в них не принято ничего класть.

Уголки воротника при завязанном галстуке не должны отставать, как в дешевых сорочках.

Манжеты у сорочек бывают простые, застегивающиеся на пуговицу, и двойные (французские), застегивающиеся на запонки. Двойные - придают имиджу лоск. За счет ширины и деталей таких манжет руки не кажутся длинными.

Запонки должны быть золотые, серебряные, перламутровые, возможно, с натуральными камнями нежного цвета типа «Оникс». Искусственные материалы неприемлемы.

Частью дневной мужской одежды является галстук. Он отражает индивидуальность. Галстук – это единственная вещь в мужском гардеробе, служащая исключительно для украшения.

Ширина и длина галстука, форма и размер его узла подчиняются моде. Цвет, рисунок зависят от костюма, места и времени суток. Зимой повязывают галстуки глубоких и темных тонов, летом – светлых и ярких. Каждый сезон диктует свою манеру на цвет.

Галстуки передают важную информацию о мужчинах другим людям (рис.18).

Цвет и рисунок говорят о настроении, в котором пребывает его обладатель. Галстуки выглядят изысканно тогда, когда они не бросаются в глаза (рис. 19).



Рис. 18. Элегантные галстуки



Рис. 19. Различное сочетание галстуков

Моллой называет галстук «геральдическим щитом Америки XX века».

Идеальный – это репсовый галстук с полосками по диагонали. За ним следует галстук в точках (мелких: чем мельче, тем больше изысканности и утонченности), далее – фуляровый (с маленькими геометрическими фигурами); «клубный» - с повторяющимся рисунком животных, эмблем и значков. Галстуки с рисунком животных и людей уместны на отдыхе.

Для галстука не рекомендуются цвета: фиолетовые, сиреневые, розовые и ярко-красные. Черный галстук уместен во время траура.

Не только галстук, но и туфли указывают на общественный статус и удачливость мужчины. Элегантно дополняют костюм легкие полуботинки на шнуровке из натуральной кожи (верх, низ, стельки) (рис. 21). С верхней одеждой носят ботинки (рис. 20).



Рис.20 Черные ботинки на шнурках



Рис. 21. Классические черные кожаные полуботинки на шнурках

Возможны мокасины, если они изготовлены из первоклассной натуральной кожи и просты по стилю (рис. 22). Не носят обувь на высоких каблуках, а также лакированную.



Рис. 22. Кожаные мокасины

Деловой человек не носит туфли из велюровой кожи. Они не допустимы в деловой сфере. Лакированная обувь соответствует только фраку и смокингу.

Обувь всегда должна быть безукоризненно чистой как внутри, так и снаружи. За сутки нога выделяет 200 мл пота.

Деловой мужчина носит тонкие шерстяные носки. Впитывая пот, такие носки остаются на ощупь сухими.

Носки должны быть длинными. В этом случае, положив ногу на ногу, не видно из-под брюк голое тело (эрогенные зоны) (рис. 23, 24).



Рис. 23. Недопустимо, чтобы была видна голая часть ноги



Рис. 24. Длинные носки придают ноге элегантность

Нежелательны носки с узорами.

Цвет носков создает переход от цвета костюма к цвету обуви, сочетается с ними. Предпочтительны темные однотонные носки. Белые носки недопустимы. Их носят в основном, спортсмены. Об этом читаем в одной из заповедей, как надо одеваться начинающему бизнесмену, в школе бизнеса во Франкфурте-на-Майне: «Джентельмен не носит белые носки! Бизнесмен, если он джентельмен, - тоже».

Фетровую шляпу мужчины надевают с солидным пальто. Кепка гармонирует с костюмом. Шляпу из кожи или ткани носят с плащом, с курткой спортивного покроя. Трикотажные шапочки предназначены для спортивной одежды.

Берет в качестве головного убора в деловой одежде недопустим.

Мужские перчатки должны быть черными или темными и обязательно подходить к пальто или плащу.

Верхняя одежда должна по цвету и фактуре ткани соответствовать костюму, чтобы в тот момент, когда деловой человек снимает плащ или пальто, не было дисгармонии в одежде. Цвет для верхней одежды предпочтителен серый, черный, синий.

Мужской зонт – черный.

5.4.2. Одежда для женщин

Стремление женщины быть заметной – глубинная потребность ее. Повышать или снижать ауру власти и обаяние женщины может цвет костюма.

Требования, предъявляемые к одежде деловой женщины, в принципе мало чем отличаются от требований, предъявляемых к одежде делового мужчины. Однако деловой этикет позволяет женщине отходить от жестких мужских стандартов.

Женский деловой костюм может быть традиционных цветов (красный, желтый, коричневый, зеленый, синий, белый, черный). практически любого цвета, кроме ярких оттенков и резких контрастных сочетаний.

Лучшие цвета делового платья – темно-синий, рыжевато-коричневый, бежевый, темно-коричневый, серый, умеренно-синий, светло-синий и др.

Черный деловой костюм в последнее время вытесняется. Он подходит для конференций, заседаний советов и др. мероприятий, которые носят более торжественный характер, чем обычная трудовая деятельность.

Одежда женщины должна соответствовать месту, времени, характеру события. Ее нужно уметь правильно носить. Например, не принято принимать гостей или ходить в гости в вечерних платьях в дневное время. Для этого случая подойдет элегантное платье или платье-костюм, но не пиджак и юбка.

Хороший вкус требует умения комбинировать имеющуюся одежду. Комплект можно дополнить новой юбкой, джемпером, шарфом, платком.

Юбку носят с кожаным поясом, под цвет костюма. Если у женщины высокая талия, то цвет пояса подбирают под цвет блузки, если низкая – под цвет юбки.

Деловая женщина не должна носить дешевый или плохо сидящий жакет. Спущенные, бесформенные плечи на работе выглядят вяло и беспомощно. Поэтому используют небольшие плечики. Но при этом помнят, что плечики сужают бока.

Застегнутый жакет должен быть удобным и соответствовать размеру. Оптимальная длина его – не ниже бедер. Для женщин с высокой талией рекомендуются длинные жакеты, с низкой – короткие. Не забывают и о направлении моды.

Блузки должны быть просты, элегантны и выглядеть дорогими. Сложный дизайн блузки не гармонирует с деловым жакетом. Рюши, кружева придают женственность. Прозрачные или облегающие блузки годятся только под жакет.

Летняя одежда должна быть из натуральных материалов или с небольшим вложением синтетических или ацетатных волокон.

Дамы с открытыми плечами, большим декольте на работе выглядят непрофессионально, беззащитно. О вырезе платья говорят: «Чем больше откроете, тем меньше авторитета завоюете».

Нежелательна в рабочей обстановке обтягивающая одежда, тесная юбка.

Исключаются из деловой одежды трикотажные джемперы, жилеты и др.

Полный человек выглядит еще полнее в костюме или платье из ткани в поперечную полоску, с крупным рисунком, очень светлых. Полнят любую фигуру юбки в форме буквы «А». В широких пышных юбках высокие женщины не производят делового вида. Лучше надеть длинную юбку, скроенную по косой линии.

Для женщин обувь является важнейшей частью туалета. Наиболее элегантными являются лодочки с закрытым носком и пяткой (рис. 10.П.1). В деловой сфере белые туфли неприемлемы (рис.25). Они выглядят дешево и не являются символом успеха. Желательны туфли цвета слоновой кости, беж, бежево-серые и др. К темным платьям подходят темные туфли.

Неприемлемы в деловой сфере туфли с цветными деталями (рис 11.П.1), «металлических цветов» (рис. 12.П.1), с украшениями (рис. 13. П.1). Туфли с каблуками «клев», а также закрытые туфли (15.П.1) носят только с брюками.

Лакированные туфли предпочтительны в вечернее время.

В летний период допустимы босоножки с открытой пяткой, но с закрытым носком.

С цветом обуви, как правило, сочетаются чулки, колготки. Они не должны иметь рисунок. Зрительно уменьшают ступни ног туфли и чулки темного цвета.

Средством самовыражения у женщины служит головной убор. Фасон шляпы должен соответствовать наряду, месту, где этот наряд будут демонстрировать. По словам М. Дитрих: «Шляпы могут доставить много радости и привести женщину в хорошее расположение духа. Кто иронически хмыкает, тот не имеет представления о важности этой маленькой вещицы». С вечерним туалетом шляпку не надевают.



Рис. 25. Белые туфли не являются символом успеха деловой женщины

Хозяйке не принято надевать шляпку ни на дневные, ни на вечерние приемы.

Из верхней одежды предпочтительны пальто, плащ, меховое пальто. Шарф должен быть только фабричного изготовления, не ручной вязки. Исключаются куртки как разновидность спортивной одежды.

5.4.3. Аксессуары

Деловой человек всегда имеет аксессуары высокого качества, которое он только может себе позволить.

Сумочка или кейс у женщины должны быть из лучших сортов натуральной кожи, как и портфель, папка, портмоне (бумажник) - у мужчины.

Портфель необходим для каждого преуспевающего человека.

Папки используют лишь для внутреннего пользования (совещания, заседания и др.).

В деловой сфере женщина обязательно должна носить часы, иначе она дает понять окружающим, что не ценит время. Часы она предпочитает с четким циферблатом, классического дизайна. Их подбирают в соответствии с полнотой запястья. Маленькие часы - мельчат, большие - тяжелы, неудобны. Электронные часы, а также с указателем - незлегантны.

Часы – самый важный, дорогой и престижный аксессуар делового мужчины. В классическом деловом стиле предпочтение отдается элегантным механическим часам со стрелками. Кварцевые - более практичны и просты в обращении, но механические престижнее.

Искажают имидж мужчины часы из пластика, резины, с различными украшениями, издающие звон, писк, с нечетким циферблатом. Удобны часы, у которых стекло находится на одном уровне с корпусом. Выпуклое стекло подвергается наибольшему трению, затемняется циферблат. Ремешок рекомендуется из телячьей кожи, или имитированный под крокодиловую, а также металлический браслет. С фраком носят карманные часы.

В деловом мире принято носить украшения золотые, серебряные, жемчужные или их комбинации. Украшения с драгоценными камнями носят только в вечернее время.

Кольца должны гармонировать с туалетом и внешним видом хозяина. Их принято носить на безымянном пальце. Нежелательно носить маленькие кольца, так как они врезаются в палец, оставляя глубокий след, остающийся надолго, даже если такие кольца уже не надевают.

Кольцо, которое носят на мизинце, укорачивает и расширяет руку. Значительно подчеркивают ширину руки маленькие изящные кольца.

Кольцо на указательном пальце – признак плохого вкуса.

Изящество руки подчеркивает небольшой камень в тонкой оправе, крупный - всегда подчеркивает лишь свою собственную красоту.

Любые кольца хорошо смотрятся на узкой руке с длинными пальцами. На такой руке кольцо с камнем в выпуклой оправе выглядит красиво даже на среднем пальце.

Кольца с камнями насыщенных цветов подходят для всех рук, а неяркие, прозрачные – для смуглых.

Украшения на мужчинах действуют на клиентов отпугивающее. Допускается носить два кольца: обручальное и печатку. Предпочтение отдается украшениям, сделанным из самого «мужского» драгоценного металла – платины. Желательно, чтобы запонки сочетались с зажимом для галстука.

Оправа очков не должна точно копировать форму лица, а только сохранять его линию. Верхняя часть оправы должны быть на одной линии с бровями, а глаза располагаться в середине стекла.

Оправа не должна быть шире лица и ниже середины щек, то есть ниже уровня ноздрей, чтобы не искажать форму лица.

Хорошо, когда оправка очков гармонирует с цветом волос, бровей, одежды. К темным волосам, темным бровям выбирают темную оправку. Но помнят, что тяжелая темная оправка увеличивает нос.

К светлым волосам подходит металлическая или мягко тонированная пластиковая оправка.

На ручку делового мужчины, а также женщины обращают внимание не меньше, чем на другие аксессуары. Наряду со швейцарскими часами и изящными очками, хорошая ручка относится к разряду вещей, которые могут раскрыть истинный социальный статус своего владельца. Среди престижных фирм, выпускающих дорогие авторучки, наибольшей популярностью в России пользуются фирмы Parker, Sheatter, Mont Blanc и Cross.

5.4.4. Салонная одежда

Для официальных посещений, торжественных приемов служит салонная одежда (фрак, смокинг). Ношение их строго регламентировано. В какой одежде надо быть на деловом приеме, указывают в приглашении по-английски или по-французски.

Cravate noire (фр.) – дословно «черный галстук» пишется на приглашении в том случае, когда на приеме следует быть в смокинге.

Black tie (англ.) – дословно «черный галстук» пишется на приглашении в том случае, когда на приеме следует быть в смокинге.

Cravate blanc (фр.) – дословно «белый галстук» пишется на приглашении в том случае, когда на приеме следует быть во фраке.

White tie (англ.) – дословно «белый галстук» пишется на приглашении в том случае, когда на приеме следует быть во фраке.

Смокинг не надевают до 17 часов, за исключением свадьбы и торжественных приемов. В нем ходят на послеобеденные и вечерние торжества, в театр, на премьеры. К смокингу надевают

белую сорочку, черный жилет, галстук-бабочку, черные лакированные полуботинки, черные носки. На брюках, по швам с внешней стороны проходит атласная тесьма – галун.

Фрак – парадная одежда для особо торжественных случаев. В дипломатическом мире во фраке являются только на вечерние аудиенции. С фракком носят черные брюки без обшлаг, с двумя шелковыми галунами по боковым швам, белый пикейный жилет с перламутровыми пуговицами, сорочку с накрахмаленным пластроном (туго накрахмаленная грудь верхней мужской сорочки под открытым жилетом при фраке или смокинге) и манжетами, белый галстук-бабочку, лакированные черные туфли, черные носки.

Во фраке не ходят по улице без пальто или плаща.

Элегантная одежда уживается только с элегантным хозяином, который имеет достойную осанку, владеет хорошими манерами и красивой речью.

Не бывает отдельно взятых манеры одеваться и манеры вести себя – все очень тесно связано между собой. При всем многообразии правил этикета, относящихся к культуре внешности человека, главный смысл остается прежним – это чувство меры, гигиеничность и здравый смысл, значение которых подчеркивали еще древние греки.

Стиль одежды демонстрирует принадлежность к определенному кругу, поддерживает в человеке чувство собственного достоинства и уверенности в успехе. Результаты исследований в области типологии одежды немецких предпринимателей показывают: «Ваша одежда сегодня должна соответствовать тому посту, который вы хотели бы занять завтра». И далее: «Одежда является фактором корпоративного поведения».

5.5. Невербальные средства общения

В аспекте человеческого общения большая часть информации передается посредством жестов, поз, расположения и соблюдения дистанции между партнерами. Она находится в информативных сигналах близкого контакта собеседника с глазу на глаз.

Изучая поведение людей, стремясь больше узнать о поступках своих партнеров, люди получают возможность больше узнать о себе и улучшить взаимоотношения с другими людьми.

Когда говорят, что человек чувствителен и обладает интуицией, это значит что он может читать едва уловимые сигналы другого человека и сравнивать эти сигналы со звуковыми сигналами, включая тон голоса, интонации, способность замечать разногласия между языком жестов и сказанными словами.

Невербальное поведение человека неразрывно связано с его психическими состояниями и служит средством их выражения. В процессе общения невербальное поведение выступает объектом истолкования не само по себе, а как показатель скрытых для непосредственного наблюдения, индивидуально-психологических и социально- психологических характеристик личности.

Особенностью языка телодвижений является то, что его проявление обусловлено импульсами нашего подсознания. Эти импульсы подделать нельзя. Их часто не замечает человек. Они более правдивы, чем вербальные.

Невербальные знаки могут соответствовать или не соответствовать словам человека, которые они сопровождают. Если соответствие имеется, они усиливают вербальную информацию, а если отсутствуют, ориентироваться нужно на невербальные знаки, поскольку их информативность примерно в пять раз выше, чем слов.

Многие политики используют копирование языка тела в своей предвыборной компании. Они стараются добиться расположения избирателей и заставляют поверить их словам «опытных» политиков.

Основные невербальные средства общения:

- кинесика;
- просодика и экстралингвистика;
- такесика;
- проксемика.

От умения интерпретировать язык телодвижений во многом зависит возможность заинтересовать клиента, партнера своей продукцией, квалифицированно провести презентацию товара, добиться оформления заказа или заключения контракта.

Различные вспомогательные средства помогают людям добиться успеха в деловых переговорах с партнерами.

Установлено, что 60 – 80 % коммуникации осуществляется за счет невербальных средств выражения и только 20 – 40 % - за счет вербальных.

Владеть языком телодвижений жизненно необходимо не только в деловой, но и в бытовой сфере. Ошибки в общении могут привести к непониманию и даже к конфликтам.

5.5.1. Кинесические средства

Кинесические средства – зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении. К кинесике относятся выразительные движения, проявляющиеся в позе, жестах, мимике, взгляде, походке.

Одним из признанных знатоков психологии человеческого общения является Аллан Пиз, автор методики обучения основам коммуникации. Понимать человека по его движениям, взглядам чрезвычайно важно, поскольку слова могут быть лживы, а движения, положения тела, выражения лица, зрительный контакт, если их сознательно не контролировать, никогда не солгут и выдадут всю информацию, которую человек не захочет передать посредством слов.

Язык тела является наиболее древней формой обмена информацией между людьми. Доисторический человек, не имевший словесного языка, общался с окружающими его людьми с помощью невербального языка. До сих пор люди продолжают использовать язык тела, хотя не всегда понимают это на уровне сознания, а потому не всегда придают значения этому языку.

Информацию несут такие движения, положения человеческого тела, как поза, жест, походка, а также мимика, визуальный контакт.

Поза – это положение человеческого тела, типичное для данной культуры, элементарная единица пространственного поведения человека. Общее количество различных устойчивых положений, которые способно принять человеческое тело, около тысячи. Поза наглядно показывает, как данный человек воспринимает свой статус по отношению к статусу других присутствующих лиц. Лица с более высоким статусом принимают более непринужденные позы, чем их подчиненные.

Одним из первых указал на роль позы человека как одного из невербальных средств общения психолог А. Шефлен. В дальнейших исследованиях, проведенных В.Шубцем, было выявлено, что главное смысловое содержание позы состоит в размещении индивидом своего тела по отношению к собеседнику. Это размещение свидетельствует либо о закрытости, либо о расположенности к общению.

При закрытой позе человек старается не показывать переднюю часть тела и занять, как можно меньше места в пространстве. При этом он выражает недоверие, несогласие, противодействие, критику.

Поднятые плечи и опущенная голова говорят о том, что собеседник замкнут

При открытой позе руки раскинуты, направлены ладонями вверх, ноги выпрямлены. Отмечается проявление доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта.

Человек, заинтересованный в общении, будет расслаблен, спокоен, наклоняться в сторону собеседника, смотреть ему прямо в глаза. И, наоборот, человек, подчеркивающий свой статус, будет находиться в напряженном состоянии, развернув плечи, опершись руками в бедра, стоять прямо и т.д. Например, человек, стоящий в позе «Руки в боки», показывает свое превосходство, вызов.

Жесты – это разнообразные движения руками и головой, смысл которых понятен для общающихся сторон, телесное проявление эмоций и мыслей. Их называют духовными инструментами общения. Они несут в себе огромное количество разнокачественной информации, чаще наиболее искренней, чем произносимые слова. Благодаря жесту мысли говорящего образно понятнее.

Жесты исторически предшествовали появлению речи, поэтому они менее контролируемы интеллектом. Жесты являются своеобразной аранжировкой манер поведения людей.

Английский психолог Майкл Арчил, изучая язык жестов во время кругосветного путешествия, установил, что на протяжении часового разговора финн прибегает к жестикуляции 1, итальянец – 80, француз – 120, мексиканец – 180 раз.

Жесты классифицируются на

коммуникативные (жесты приветствия, прощания, привлечения, внимания, запреты, утвердительные, отрицательные, вопросительные и т.д.); жесты, выражающие оценку и отношение (жесты одобрения, неудовлетворения, доверия и недоверия, растерянности и т.д.); описательные жесты (имеют смысл только в контексте речевого высказывания).

Речевые высказывания и сопровождающие их жесты должны дополнять друг друга, совпадать. На не конгруэнтность вербальных и невербальных сигналов указывают ложные суждения.

Коммуникативные жесты и их значение:

барабанит пальцами - скучает нервничает, пожимает плечами – неинтересно, не обращает внимания

стискивает руки - отчаяние, ощущение безнадежности;

сжимает кулаки - агрессия, пытается контролировать свой гнев;

руки скрещивает на груди - вызов, осуждение;

руки расслаблены, ладони поворачивает

вверх перед собой - удивлен, озадачен;

расстегивает пиджак - готов к активным действиям;

ладонью подпирает щеку - заинтересованность, удивление

ударяет себя по подбородку - озадачен, вспомнил что-то

трогает, потирает нос - размышляет, думает;

смотрит поверх очков - хочет большего..., фактов;

ладони сложены домиком - проявляет интерес;

сдавливает переносицу - устал;

сидит на краю стула - чего-то ждет, проявляет интерес;

сидит, положив ногу на ногу и слегка

покачивает ногой - скучает;

рука, сжатая в кулак за спиной,

другая рука держит ее за запястье - замкнут, напряжен.

Жестикуляция помогает оратору удерживать внимание аудитории и доносить до нее свои мысли. Она бывает произвольной и целенаправленной. Жесты усиливают эмоциональную сторону выступления, подчеркивают значение произносимых слов.

Некоторые люди проявляют неискренность, ложь прикрытием рта рукой, подрагиванием ямочки (желобка) под носом, потиранием пальцем века, оттягиванием воротничка.

Почесывание шеи и носа показывает сомнение, неуверенность, потирание же затылка – огорчение по поводу забывчивости.

Непонимание жестов может послужить причиной возникновения подозрений, страха, неприязни и даже агрессии со стороны человека, неправильно понявшего культурные смыслы жестов другого.

Походка – это устойчивая фиксация телодвижения, своеобразная картограмма личности.

Воспитанный человек имеет ровную, твердую и негромкую поступь.

Походка должна быть легка и естественна, без всякой принужденности и аффектации*. Избегая при ходьбе всяких излишних движений, всему туловищу дают такое положение, которое составляло бы одно гармоническое целое. Всякая дама и девушка должна следить, чтобы походка у нее была грациозная, плавная.

Прямая осанка, гибкие и размеренные движения – главные составляющие красивой походки. Бальзак называл походку физиономией его тела, с ее составляющими ритмом, динамикой шага, амплитудой переноса тела при движении, массой тела.

По походке судят о настроении, здоровье человека, его возрасте, характере. По словам А.К. Тарасовой: «Не все могут находить физическое спокойствие даже при внутренней собранности. Надо уметь управлять своим телодвижением».

Отсутствие культуры телодвижения затрудняет язык общения.

Походка женщины должна быть легкой. При этом должны двигаться только ноги, а не голова, бедра, руки. Наступать надо на полную ступню. Колени должны полностью распрямляться. Независимо от высоты каблука, женщина не должна семенить на «цыпочках» или топтать пятками. Конечно, походка более грациозна у женщины, которая носит обувь на высоких каблуках и узкую юбку.

Обувь существенно влияет на походку. Утяжеляют шаг туфли с жесткой, не сгибающейся подошвой или на очень высоком каблуке. Должны быть согласованы движения верхних и нижних конечностей. При ходьбе руки, вытянутые в локтевом суставе и кисти со свободно согнутыми пальцами (а не сжатыми в кулак) приближаются к корпусу, чуть касаясь его.

Естественная и легкая походка, правильная осанка помогают женщине выглядеть стройной и привлекательной. Всегда следят за тем, чтобы при ходьбе спина была прямая, живот слегка втянут, ноги в коленях прямые, но без напряжения, руки чуть согнуты в локтях.

Мужчин привлекает походка женщин с легким покачиванием бедрами.

Высокий каблук делает ноги красивыми, зрительно удлиняя их. При этом мышцы икр и ягодиц подтягиваются, делая щиколотку более тонкой, силуэт гармоничным.

Каблук шпильку называют одним из самых распространенных и сильных эротических символов.

О походке дочери княгини Лиговской М.Ю. Лермонтов в произведении «Герой нашего времени» пишет: «Ее легкая, но благородная походка имела в себе что-то девственное, ускользающее от определения, но понятное взору».

А о походке Печорина говорит: «Его походка была небрежна и ленива, но я заметил, что он не размахивал руками – верный признак некоторой скрытности характера».

Человек, уверенный в себе, идет быстро, руки висят свободно, подбородок поднят. И наоборот, подавленный, упавший духом человек идет, волоча ноги, руки в карманах, голова опущена низко. Озабоченный человек нервничает, расхаживает взад, вперед.

Мимика (от греч. *mimikos* – подражательный) – выразительные движения мышц лица, являющиеся одной из форм проявления чувств, настроений человека. Через выражение глаз лица передается различное душевное состояние человека: радость, робость, печаль, злоба, скепсис и т.д.

Главной характеристикой мимики является ее целостность и динамичность. По данным В.А. Лабунской, в мимическом выражении шести основных эмоциональных состояний (*гнева, радости, страха, страдания, удивления и отвращения*) все движения мышц лица скоординированы.

Все люди, независимо от национальности и культуры, в которой они выросли, с достаточной точностью и согласованностью интерпретируют эти мимические конфигурации как выражение соответствующих эмоций. При этом основную информативную нагрузку несут брови и губы. Проще всего можно опознать эмоции радости, удивления, отвращения, гнева, сложнее – печали и страха.

Своеобразным мимическим знаком расположения к себе людей является *улыбка*. Она повышает настроение и работоспособность. Выражение лица способствует созданию соответствующего настроения. Мимические мышцы тесно связаны со структурами мозга. Доказано, что при изображении на лице веселья, радости у человека включаются механизмы, обеспечивающие естественную улыбку. Настроение человека улучшается.

Покраснение лица происходит из-за ослабления мышечных мелких артерий, наполняющих капиллярные сосуды кровью. Данное ослабление зависит от возбуждения сосудодвигательных центров. Мелкие сосуды наполняются кровью под влиянием эмоции стыда почти у всех человеческих рас. На лицах чернокожих мало заметно.

Пристыженный человек не может встретиться взглядом с присутствующими, поэтому он почти всегда опускает глаза и смотрит искоса. Резкое покраснение иногда сопровождается незначительным выделением слез, беспокойным движением глаз.

Эти эмоциональные сигналы бывают едва заметными. Высоко поднятые брови говорят о смущении, растерянности, удивлении.

С мимикой очень тесно связан *взгляд* или *визуальный контакт*.

Американскими психологами Р. Экслэйном и Л. Винтерсом показано, что взгляд связан с процессом формирования высказывания и трудностью этого процесса. Когда человек только формирует мысль, он чаще всего смотрит в сторону (в «пространство»), когда мысль полностью готова, - на собеседника. Слушающий же больше смотрит в сторону говорящего и «посылает» ему сигналы обратной связи.

С помощью глаз передаются самые точные и открытые сигналы из всех сигналов человеческой коммуникации, потому что глаза занимают центральное положение в человеческом организме, а зрачки ведут себя полностью независимо. Общась, люди стремятся к обоюдности и испытывают дискомфорт, если она отсутствует.

Когда человек возбужден, его зрачки расширяются и, наоборот, сердитое, мрачное настроение заставляет их сокращаться. Расширение и сужение зрачков не контролируется человеком.

Взгляд служит средством установления контакта, синхронизации взаимодействия, средством получения «обратной связи» - информации и о том, что партнер «включен» в общение, слушает, понимает.

Длительный, неподвижный взгляд в глаза собеседнику – стремление подчинить его, отведенный в сторону взгляд может означать скрытность или несогласие.

Различают взгляды: деловой, неформальный или социальный и интимный.

Деловой взгляд охватывает «символический» треугольник на лице собеседника: лоб – зрачок правого глаза – зрачок левого глаза – лоб. Начальник должен смотреть на подчиненного деловым взглядом.

Если глаза движутся на лице собеседника по линии глаза – рот, то это *неформальный* (социальный) взгляд. Мы пользуемся им на приемах, вечеринках и т.д.

Интимный взгляд проходит через линию глаз собеседника и опускается ниже рта. Чем ниже, тем интимнее.

По мнению К. Станиславского, взгляд – это непосредственное общение в чистом виде, из души – в душу. Немало образных выражений имеется в поэзии, художественной литературе о женских чарах, против которых не могли устоять ни былинные, ни смертные люди

Объясняется это тем, что посредством взгляда осуществляется психическое давление, то есть мощный по своей концентрации флюидный выброс. Психический эффект взгляда усиливается еще тем, что он, как правило, несет в себе информацию. Собственно говоря, благодаря информативности взгляда мир поддается прочтению. В повседневном общении всегда можно наблюдать, насколько разнообразна и оперативна информация, передаваемая этим языком.

Современные этнографы считают, что все цивилизации подразделяются на две группы в зависимости от направленности их взгляда при общении с другими.

Одни направляют взгляд при разговоре в глаза собеседника (арабы, европейцы, латиноамериканцы). Но длительность взгляда различная. Русские, шведы смотрят больше и дальше, чем англичане.

У других народов во время разговора взгляд направлен в сторону (японцы, корейцы). Представители этих двух цивилизаций взгляд понимают по-своему. Они считают дерзким невежливым смотреть прямо в глаза.

Взгляд в сторону японского оратора американец сочтет за лицемерие, за утаивание чего-то. Русские воспринимают такой взгляд как стеснительный, неискренний.

Для африканцев контакт глаз при общении не обязателен. Разговаривая, негр смотрит прямо в глаза европейцу, американцу. Это говорит об уважении. Азиатские женщины не смотрят в глаза мужчинам, а мужчины – в глаза женщинам. Но муж жене может смотреть в глаза, а она ему – нет.

Исследования показывают, что человек чаще смотрит на того собеседника, который ему не нравится или которому он не доверяет. Но есть случаи, когда человек смотрит гневно, с неприязнью на того, кто является объектом его раздражения.

Чем ближе друг к другу стоят собеседники, тем более благожелательно и дружелюбно они настроены.

Если человек не смотрит прямо в глаза, значит он обманывает. Но бывают случаи, когда человек будет опускать глаза и отводить их в сторону и говорить неправду, и наоборот, робкий человек, говоря правду, будет опускать глаза. Поэтому нужно быть внимательным, по возможности осведомленным.

Взгляд, устремленный в пространство, подглядывание на часы, говорит о скуке.

Взгляд поверх очков действует на собеседника негативно. Он чувствует себя виноватым, скрещивает руки на груди, кладет ногу на ногу.

Прикрытые глаза свидетельствуют о неуверенности человека. У замкнутого человека губы плотно сжаты, у расстроенного – уголки рта опущены.

Если во время разговора собеседник опускает веки, значит он не хочет продолжать разговор. Он чувствует свое превосходство. Его голова откинута назад, взгляд свысока.

Людям, носящим очки, следует снимать их, когда они говорят, и надевать, когда они слушают. Это действует успокаивающе на собеседника и позволяет тому, кто в очках,

контролировать течение разговора. Очки сняты – не прерывают собеседника, надеты – нужно говорить.

Имеются случаи, когда языку тела специально учат для достижения благоприятного впечатления, например, конкурсанток «Мисс Америка», «Мисс Вселенная». Чем с большим мастерством участницы конкурса смогут передавать эти сигналы, тем больше очков они получают от судей. Но имитировать нужные движения можно только в течение короткого времени. Вскоре организм непроизвольно передаст сигналы, противоречащие его сознательным действиям. Некоторые политики, чтобы завоевать расположение избирателей, копируют язык тела. О таких говорят, что у них есть «божий дар».

5.5.2. Просодические и экстралингвистические средства

Просодика – это общее название таких ритмико-интонационных сторон речи, как высота, громкость голосового тона, тембр голоса, сила ударения.

Экстралингвистика – это включение в речь пауз, а также различного рода психологических проявлений человека: плача, кашля, смеха, вздоха и т.д.

Просодическими и экстралингвистическими средствами регулируется поток речи, экономятся языковые средства общения, они дополняют, замещают и предвосхищают речевые высказывания, выражают эмоциональные состояния.

Энтузиазм, радость и недоверие передаются высоким голосом. Так же довольно высоким голосом более широкого диапазона тональности, силы и высоты звуков передаются гнев и страх. Однако взаимосвязь между голосом и характером до сих пор однозначно не установлена.

Ясное и четкое произношение слов, отчетливое произнесение звуков, а также окончаний и частиц, то есть отчетливая артикуляция указывает на внутреннюю дисциплину, осознанную жизненную позицию, в то же время может быть отражением недостатка живости.

Скорость речи также отражает чувства: быстрая, речь – взволнованность, обеспокоенность чем-либо или личные проблемы. Медленная речь свидетельствует об угнетенном состоянии, горе, высокомерии или усталости. Спокойная, медленная манера говорить указывает на спокойствие, невозмутимость, вдумчивость, рассудительность собеседника.

Замедляющаяся речь (и жестикуляция) свидетельствует о задумчивости, «включении» внутренних тормозов по поводу сказанного, потери уверенности, покорности из-за усталости или истощения сил. Заметные колебания скорости речи могут быть признаком уравновешенности, возбудимости человека.

Ускоряющийся темп речи (и жестикуляции) указывают на то, что говорящий весь погружен в предмет разговора, вдохновлен тем, о чем говорит.

Оживленная, бойкая (вплоть до торопливой) манера говорить, быстрый темп речи указывают на то, что собеседник человек темпераментный, импульсивный, живой уверенный в себе, беспрепятственно самовыражающийся (при ненарушенном течении речи). В то же время беспокойная, торопливая, беспорядочная манера говорить, почти всегда сопровождающаяся чрезмерным жестикулированием, срывающийся голос свидетельствует о робости (возможно только в данной ситуации), неуверенности или возбуждении, торопливости, непостоянстве, неуправляемости.

Восточная мудрость гласит: «Истина лежит не на устах говорящего, а в ушах слушающего». Умение слушать – это один из самых важных и эффективных элементов хорошего тона. «Не слушать, - писал Бальзак, - это не только отсутствие вежливости, но и признак пренебрежения... Ничто так не окупается в общении с людьми, как милостыня внимания...». Строго цикличное, правильное говорение указывает на жесткость, любовь к порядку, педантичность, твердость, холодность чувств. Умение слушать – профессиональная черта руководителя.

Хорошо подготовленный человек может по голосу определить, какое психологическое движение совершается в момент произнесения той или иной фразы, и, наблюдая за жестами в ходе речи, может определить, каким голосом говорит человек. Поэтому не нужно забывать, что иногда жесты и движения могут противоречить тому, что сообщает голос. Следовательно, необходимо контролировать данный процесс и синхронизировать его.

Богатство языка предоставляет человеку различные возможности для описания себя. Чем больше в языке человека слов и выражений, относящихся к его внутреннему миру, к особенностям

его личности, тем более позволяет этот язык понять изменить себя, тем больше различий между собой и другими людьми он может заметить. Люди по-разному используют возможности, данные им языком. Руководитель должен знать последствия употребления им слов и выбирать те, что работают на созидание, а не на разрушение.

5.5.3. Такесические средства

К *такесическим* средствам общения относятся динамические прикосновения в форме рукопожатия, похлопывания, поцелуя. Использование человеком в общении динамических прикосновений определяется многими факторами. Среди них особую силу имеют статус партнеров, возраст, пол, степень их знакомства.

Рукопожатия, например, делятся на три типа: доминирующее (рука сверху, ладонь развернута вниз), покорное (рука снизу, ладонь развернута вверх) и равноправное (ладони рук вертикально). При доминирующем рукопожатии ладонь повернута вниз, в жесте появляется оттенок начальственности. При покорном рукопожатии человек протягивает руку, развернув ее ладонью вверх. В этом случае отдается инициатива другому человеку. Так поступают люди, страдающие артритом рук. Слабым рукопожатием обмениваются хирурги, артисты, художники и музыканты, для которых профессионально важны чуткие руки. Друзья всегда используют равноправное рукопожатие, подавая ладони рук вертикально.

Такой такесический элемент, как похлопывание по плечу, возможен при условии близких отношений, равенства социального положения общающихся.

Благотворное воздействие прикосновения доказал американский врач С. Шенберг. Отмечено, что лучше чувствуют себя те люди, к которым в детстве постоянно прикасались. Они, как правило, более раскованны, уверены в себе. Они более коммуникабельны, контактны. Им проще и легче жить. Они реже испытывают стрессы.

Профессор медицины, директор Международного научно-исследовательского центра традиционной медицины «ЭНИОМ» Я.Г. Гальперин утверждает, что прикосновением один человек действительно может исцелить другого. Прикосновение к человеку оказывает влияние на формирование здоровых клеток мозга, способствуют развитию памяти, органов чувств, создают условия для здоровой и полноценной жизни.

Не только физическим прикосновением, но и сочувствием можно помочь человеку, сделать ему приятное, чтобы он ощутил прикосновение. Я. Г. Гальперин убежден, что прикосновение, сочувствие оказывают сильное и благотворное воздействие на развитие любого человека.

5.5.4. Проксемические средства общения

Проксемика (от англ – близость) исследует расположение людей в пространстве при общении. Это понятие ввел в начале 60-х годов американский антрополог Эдвард Холл. К проксемическим характеристикам относятся ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними.

Человек как и животные, рыбы, птицы имеет определенное воздушное пространство вокруг своего тела, а также личную территорию – квартиру, дом и т.д.

Размеры воздушной оболочки человека зависят от плотности населения людей в месте их проживания. Следовательно, размеры личной пространственной зоны социально и национально обусловлены. По данным Д.Левиса, при беседе предпочитают близкое расстояние - японцы, греки, датчане, испанцы и др., так как они привыкли к перенаселенности. Среднее расстояние между собеседниками занимают англичане, немцы, шведы, австрийцы, жители Швейцарии и др. Предпочитают широкие открытые пространства, любят сохранять дистанцию американцы, австралийцы, новозеландцы.

Психический и этический комфорт в процессе общения во многом определяется дистанцией между собеседниками. Знание расстояния – нормы приближения человека к человеку, называемых *дистанциями*, позволяет прогнозировать реакцию людей в процессе общения.

Независимо от района проживания, размеры личной пространственной территории человека среднеобеспеченного социального уровня в принципе одинаковы. Ее можно разделить на четыре четкие пространственные зоны:

интимная (от 0 до 45 см), включая сверхинтимную зону (0 – 15 см) – общение с близкими людьми;

личная или персональная (46 – 120 см) - общение со знакомыми людьми;

социальная (120 – 400 см) - общение с незнакомыми и малознакомыми людьми;

публичная (свыше 400 см) - общение лектора со слушателями и др.

У разных народов эти пространственные зоны различны. Так, у североамериканцев интимная зона больше, чем у латиноамериканцев или японцев. Плохо переносят близкую дистанцию интроверты.

Существует ряд неписаных правил поведения для европейцев в условиях скученности людей, например, в автобусе или лифте:

ни с кем не разрешается разговаривать, даже со знакомыми;

не рекомендуется смотреть в упор на других;

лицо должно быть совершенно беспристрастным, никакого проявления эмоций не разрешается;

чем теснее в транспорте, тем сдержаннее должны быть движения людей;

в лифте следует смотреть только на указатель этажей.

Воспринимая невербальную информацию, следует иметь в виду, что это прежде всего сигнал, требующий внимания собеседника. Но прежде, чем приступить к реагированию на этот сигнал, необходимо рассматривать его в общем контексте беседы и в сравнении с другими средствами передачи информации.

Знание невербальных средств общения поможет деловым людям правильно оценить поведение людей, улучшить с ними взаимоотношения.

6. СПЕЦИФИКА ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ БЕСЕД, ВСТРЕЧ, ПЕРЕГОВОРОВ

6.1. Ведение деловой беседы

В деловом общении большое значение имеет соблюдение правил делового протокола. Он регламентирует порядок встреч и проводов, проведения бесед, переговоров, организацию и проведение приемов и т.д.

В дипломатическом мире слово «Протокол» означало ведение документов и архивов. Позднее значение термина расширилось. Сюда стали относить правила этикета и церемониала, соблюдающиеся в международных отношениях.

Протокол дипломатический – общепринятые правила и традиции, соблюдаемые в международном общении (порядок нанесения визитов глав государств, правительств, формы проведения встреч, бесед). Аналогично – деловой протокол, то есть правила и традиции, соблюдаемые в деловой сфере.

Деловые беседы предполагают обмен взглядами, точками зрения, мнениями.

Цель беседы – обмен информацией.

Формально беседу можно разделить на несколько этапов:

начало беседы;

передача информации;

аргументирование;

выслушивание доводов собеседника;

принятие или опровержение этих доводов;

принятие решений.

Отстаивая свою точку зрения, важно не только слушать, но и слышать собеседника.

По словам специалиста по этике деловых бесед Предрага Мицича*: «Слушать собеседника – дело сложное, требующее напряжения, так как мы должны сконцентрировать свое внимание на том, что говорит собеседник, хотя голова у нас, как правило, занята множеством проблем и, кроме того, мы устали или нервничаем».

Говорить следует о том, что интересно собеседнику и вам, что приемлемо в качестве небольшой прелюдии к деловым переговорам. Начать надо с общих вопросов, а закончить индивидуальными. Каждое слово должно быть ясно собеседнику. Очень важно, чтобы беседа не превращалась в монолог. Об этом говорил еще Цицерон: «Не следует завладеть разговором как вотчиной, с которой имеешь право выжить другого, напротив, следует стараться, чтобы каждый имел свой черед в разговоре, как и во всем остальном».

«Будь первым, когда надо слушать и последним, когда надо говорить», - советует дагестанский писатель Э. Капиев.

Во время разговора не смотрят в другую сторону или на часы, не вертят в руках что-либо, не слушают краем уха, не почесываются, не пожимают плечами, не трогают собеседника за плечо, не разговаривают на большой дистанции. Избегают жаргонных слов типа «так», «ну», «вот», «так сказать», и др.

Не принято говорить намеками, перебивать собеседника, подсказывать ему, поправлять его.

В беседу не вмешиваются. В исключительных случаях, извинившись перед беседующими, обращаются к одному из них с вопросом или неотложной просьбой.

В надежде завязать деловое сотрудничество не касаются скользких тем, таких как политика, религия, равноправие женщин, доходы, стоимость чего-либо и т.д.

В деловой беседе некорректно, неуважительно не принято относиться к собеседнику. Наоборот, нужно проявлять внимание, искренний интерес, уважительное отношение к нему. «Никогда не старайся казаться умнее или образованнее своего собеседника», - говорил Ф. Честерфильд.

Успех любого дела зависит от умения войти в контакт, правильно сформулировать свои проблемы, доказательно спорить. Главное при этом – аргументы, логика и доказательства. В деловом споре допустим только вежливый стиль поведения.

Вместо фразы: «Вы должны это понять», лучше сказать: «Не думаете ли вы, что ...». Или вместо «Я считаю ...»; «Не находите ли вы, что ...» и т.д.

Некорректно использовать в деловой беседе фразы: «Я уверен, что вы неправы», «Не стоило и начинать этот разговор, бесполезная трата времени». Любому человеку будет неприятно после таких слов общаться с собеседником.

Умению уважать чужую точку зрения нужно учиться всю жизнь. Свое мнение высказывают спокойно, чтобы несогласие с собеседником не вызвало осуждения, насмешки или унижения.

Этап выхода из беседы, так же как и начальный этап, не должен быть очень длительным. Он должен способствовать сохранению делового настроения участников и указывать в корректной форме на то, что все возможные результаты беседы достигнуты и лимит времени исчерпан. Полезно поблагодарить за совет, ответ, непредвиденную задержку времени. Даже, если недовольны результатом беседы, не показывают этого и вежливо прощаются.

Успешное проведение беседы является ценным положительным качеством в глазах окружающих. Тщательное исследование рынка дает возможность получить по возможности полную информацию о будущих партнерах по переговорам*.

6.2 Прием делегаций

Для установления контактов, заключения взаимовыгодных контрактов с партнерами приглашают представителей фирм, в том числе и иностранных.

В соответствии с протоколом определяют уровень делегации, форму ее приема. Принимающая сторона разрабатывает программы пребывания делегации: общую или внешнюю (для гостей), подробную или внутреннюю (для себя и заинтересованных лиц) и специальную (для супруг гостей).

Общая программа отражает все вопросы, связанные с пребыванием делегации, начиная с встречи и кончая проходами. Она включает беседы, переговоры, приемы, посещения театров, знакомство с местными достопримечательностями и т.д.

Подробная программа отражает организационные вопросы, связанные с приемом делегации. В каждом пункте программы указываются ответственные. Главное внимание занимает цель визита делегации: беседы, встречи, переговоры и т.д.

При встрече гостей ранги и должности глав принимающей и приезжающей делегаций должны соответствовать друг другу. Руководителя делегации, приезжающего с супругой встречает глава делегации также с супругой.

Первым представляется глава принимающей делегации (хозяин) и представляет свою супругу, затем – глава приезжающей делегации (почетный гость) и представляет свою супругу. Далее хозяин представляет членов своей делегации, в первую очередь женщин, с учетом рангов (по нисходящей). Так же поступает почетный гость. Хозяин всем гостям вручает цветы. При проходах – так же.

В соответствии с протоколом осуществляют рассадку по автомобилям. Автомашину для посадки подают так, чтобы правая дверца ее была обращена к тротуару. Первым садится в машину почетный гость. Он занимает почетное место (заднее сиденье справа по ходу автомобиля). Он также первым выходит из автомобиля. Если невозможно подать автомашину правой стороной к тротуару, почетный гость садится через левую дверцу. За ним садится хозяин и все остальные.

Сопровождающий делегацию после оформления документов в гостинице прощается с гостями в вестибюле. Приглашение пройти с гостями в номер, а, следовательно, на чашечку кофе, не принимается.

6.3 Визит вежливости

В соответствии с деловым протоколом почетный гость наносит хозяину визит вежливости. Цель визита – уточнение программы пребывания делегации, возможно, корректирование ее.

Прибывших гостей в вестибюле встречает секретарь или менеджер офиса. В особых случаях гостей может встречать руководство принимающей стороны. Гостей провожают, как правило, в кабинет руководителя. Он не должен сидеть за письменным столом или во главе стола. В соответствии с протокольными требованиями в кабинете должны быть диван, кресла, стоящие вокруг журнального столика. Хозяин приглашает гостя сесть на диван – самое почетное место, но садится первым в кресло, стоящее слева от дивана. Переводчик выбирает место произвольно.

Гостей не усаживают напротив окон, выходящих на солнечную сторону, во избежание неравенства сторон. Это может быть расценено как неуважение по отношению к гостям.

Через 5-7 минут гостям предлагают чай, кофе, конфеты, печенье, фрукты. Алкогольные напитки не предусмотрены.

Продолжительность визита – 20 – 30 минут. Инициатива ведения беседы – за хозяином. Долгая пауза означает конец беседы. Инициатива ухода – за гостем.

Гостей провожают до коридора, лестничной площадки или лифта.

6.4. Этика и этикет деловых переговоров

Древние египтяне и другие народы Востока вели между собой устные и письменные переговоры.

На основании археологических раскопок установлено, что первый письменный договор в истории человечества был заключен между египетским фараоном Рамзесом II и королем хеттов Хаттушилем III в 1278 г. до н.э. Уже тогда подготавливали два экземпляра договора и ими обменивались. Этот обычай существует и в настоящее время. Он вошел в повседневную практику международного общения.

К этике и этикету деловых отношений и предпринимательства обращался древнегреческий философ Аристотель. В своем трактате «Этика Никомаха» он писал о моральных основах прибыли, торгов, ростовщичества. Его рассуждения о справедливой цене могут рассматриваться как своеобразное наставление для предпринимателей.

Переговоры – важная часть делового общения. Это взаимное общение с целью достижения совместного взаимовыгодного решения.

Деловые переговоры требуют тщательной подготовки, учета различных объективных и психологических аспектов.

6.4.1. Подготовка к переговорам

Подготовка к переговорам включает:

анализ проблемы;

планирование переговоров;

предпереговоры (первые контакты с партнером).

В процессе подготовки к переговорам иностранные партнеры все продумывают и изучают до мелочей, чего нельзя сказать о российских бизнесменах, у которых они часто заходят в тупик.

Плохо организованные переговоры ведут к

материальным потерям;

потере репутации.

Анализируя проблему, определяют, о чем и с кем будут переговоры. Получают нужную информацию о партнере (надежен, имеет ли опыт участия в аналогичных переговорах, каковы его финансовые дела). Выявляют, есть ли альтернатива данным переговорам. Определяют, нужны ли эксперты. Затем проводят содержательный анализ проблемы, возможно, вместе с экспертами.

При планировании переговоров ставят несколько целей, например, получить информацию о партнере, дать информации. О себе, заключить соглашение.

Выбирают время и место проведения переговоров.

Определяют состав делегации и ее руководителя.

При первых контактах с предполагаемым партнером устанавливают рабочие отношения, дают предложения по повестке дня в общем виде.

6.4.2 Начало переговоров

В сфере бизнеса для переговоров используются обычно квадратные, прямоугольные и круглые столы.

Квадратный стол способствует созданию соперничества и вызывающего поведения людей, равных по положению. Квадратные столы хороши для проведения короткой деловой беседы или для подчеркивания отношений субординации.

Отношения сотрудничества скорее устанавливаются с тем человеком, который сидит за столом справа от руководителя или рядом с ним. От человека, сидящего справа, будет исходить больше понимания, чем от того, кто сидит слева.

От человека, сидящего напротив руководителя, исходит наибольшее сопротивление.

Квадратный стол часто используется для деловых переговоров, брифингов, для беседы с провинившимися.

За *прямоугольным столом* почетными местами считаются места на торце стола. Из них наиболее почетное является место - напротив двери. Если дверь находится сбоку, то почетное место - напротив окна, выходящего на улицу, но не во двор. При этом окно должно быть закрыто шторой или жалюзи. Попадание на гостей солнечного света расценивается как неуважение к ним. Данная информация позволит правильно планировать размещение участников встречи за столом.

Круглый стол создает атмосферу неофициальности и непринужденности и является наилучшим средством проведения беседы людей одинакового социального статуса, так как каждому за столом выделяется одинаковое пространство. Хозяин обладает наивысшими полномочиями. Сидящему справа от хозяина невербально выделяется больше власти, чем слева. Степень влияния уменьшается в зависимости от удаленности гостя от хозяина. Следовательно, собеседник, сидящий прямо напротив хозяина, находится в конкурентно защитной позиции и доставляет больше беспокойства.

В соответствии с протоколом осуществляется *рассадка** участников за столом переговоров. Рассадка имеет несколько вариантов:

главы делегаций сидят во главе стола, переводчики – сбоку, далее другие члены делегаций с учетом рангов:

главы делегаций сидят в центре стола, друг напротив друга; рядом с ними – переводчики, далее – члены делегаций с учетом рангов:

если в переговорах участвуют три и более сторон, то главы делегаций рассаживаются по алфавиту, по часовой стрелке вокруг круглого или прямоугольного стола.

Председательствуют по очереди, по алфавиту или на первом заседании переговоры возглавляет хозяин, затем председательствуют другие главы делегаций – по алфавиту.

Переговоры должны вестись в спокойном тоне. Не должно быть агрессии, раздражения. Партнера выслушивают внимательно, не перебивая. Участники переговоров присматриваются друг к другу, стараются не пропустить невербальную подсказку.

Протоколом предусмотрено через 5 – 7 минут после начала переговоров подача чая, кофе. Через час вторично предлагают чай, кофе.

Деловые переговоры нужны для обсуждения общей проблемы с партнером и принятия взаимовыгодного решения. Для этого необходимо владеть техникой переговоров.

6.4.3 Техника ведения деловых переговоров

Существует четыре стиля ведения переговоров: жесткий, мягкий, торговый, сотруднический.

Жесткий стиль сводится к демонстрации силы. Ультимативная тактика, тактика выжимания уступок. Противодействие: держать удар, нейтрализовать манипуляционные приемы и уловки, обращать давление противника на него самого.

Мягкий стиль: самокритика, «поглощение стрел», улаживание инцидента, мягкое критическое замечание.

Торговый стиль. Тактика сокрытия и открытия информации, игра промежуточными предложениями, имитация мягкого стиля.

Сотруднический стиль раскрывается на примере метода принципиальных переговоров. В основе данного метода лежат четыре основных понятия:

люди (отделяют человека от проблемы: обсуждают проблемы, а не друг друга);

интересы (сосредотачиваются на интересах, а не на позициях);

варианты (изобретают взаимовыгодные варианты);

критерии (настаивают на использовании объективных критериев).

Переговорный процесс – сложное явление, состоящее из ряда этапов, каждый из которых требует тщательной подготовки и аналитической работы. Здесь экспромты недопустимы.

Вначале уточняют интересы позиций, целей участников переговоров. Позиции обсуждаются и согласовываются.

На первом этапе, при уточнении неясных моментов в позиции партнера возможны ошибки.

Ситуации непонимания на 90 % связаны с тем, что партнеру не удалось ясно, последовательно, убедительно изложить свою точку зрения. В ведении переговоров допускаются следующие некорректности:

партнер вступает в переговоры, не обдумав предварительно в достаточной мере их цель, необходимость; сложности и возможные последствия; в результате партнер не сможет действовать; инициатива будет упущена;

у партнера нет четкого плана действий в пределах максимальных и минимальных требований;

партнер не подготовлен к переговорам; не имеет представления о собственных конкретных предложениях и аргументах, детальных требованиях и критериях оценки предмета переговоров, позиции и ожидаемой реакции противной стороны;

собеседник не слушает партнера, не сдержан, излишне эмоционален, своенравно отстаивает свою позицию; не приводит новых фактов, не выдвигает новых предложений; излагает известные, мешающие решению проблемы позиции;

некоторые руководители недооценивают значение психологических моментов, например, готовности пойти навстречу партнеру.

От принципиального отношения партнеров к переговорам вообще и их поведения в конкретной ситуации зависит успех переговоров.

В случае согласования позиций партнеры приступают к редактированию текста

По окончании переговоров устанавливается протокольное мероприятие – деловой прием

6.4.3.1. Этикетные особенности в ведении деловых переговоров. Американские специалисты считают переговоры «острием экономических отношений». Зарубежные коллеги еще в юности овладевают переговорным процессом. Российские предприниматели только учатся этому искусству. Растерянность их или использование методов, усвоенных при командно-административной системе, приводит к срыву переговоров. В результате партнеры терпят убытки,

а иногда безвозвратно теряют возможность наладить взаимовыгодные внешнеэкономические связи.

Отечественный уровень делового общения намного уступает зарубежному. В советском политизированном обществе отношения с деловым этикетом складывались сложно. Во все поры общественного сознания проник «этикетный нигилизм». На заре советской власти отрицались и порицались хорошие манеры поведения. Власть имущие заявляли: «Мы - люди простые, «академики» не кончали, а вам, буржуям, вообще скоро конец придет».

В итоге сформировался стереотип «невоспитанного советского человека». Незнание обычаев, этикета, деловых отношений способны вызвать отрицательную реакцию и, как следствие, – отрицательный результат переговоров. Эмоции могут быстро завести переговоры в тупик или вообще прекратить их.

Имея дела с представителями зарубежных стран, следует знать и уважать обычаи и этикет других народов. Например, ведя дело с представителями исламского мира, помнят, что в месяц рамадан мусульманину не положено ничего есть от восхода до заката солнца. В первый месяц мусульманского года стараются не устраивать приемов.

Арабам затруднительно иметь дело с представителями женского пола.

С японцами вначале обмениваются визитными карточками. При первых встречах не ведут деловые разговоры. К рабочим отношениям переходят тогда, когда возникает ощущение взаимного доверия. Тут положено обмениваться сувенирами или подарками.

Каждый участник переговоров старается достичь соглашения, которое удовлетворяло бы его насущные вопросы.

Этикет не допускает во время переговоров снимать пиджаки или распускать узлы галстуков, за исключением случаев, когда это предлагает сделать глава делегации партнеров (почетный гость), давая этим понять, что наступило время неформальных переговоров. В таких случаях применяется термин: *no tie session* (англ.) – неформальные переговоры («встреча без галстуков»).

Установить деловые отношения с иностранными партнерами без знания делового этикета невозможно. За рубежом большую роль играют личностные качества отдельно взятого человека.

6.5. Культура делового общения по телефону

Телефонный разговор – один из видов делового общения. Это самый быстрый способ связи в современной жизни. Он позволяет решить многие проблемы, установить контакты.

Культура телефонного разговора считается особой культурой общения. Благодаря телефону многократно повышается оперативность решения множества вопросов и проблем, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или совершать поездки в другой город, учреждение для конкретизации вопроса и др.

По телефону можно сделать многое: провести переговоры, отдать распоряжения, изложить просьбу, договориться о заключении договора и т.д. Но не принято поздравлять по телефону официальных лиц или малознакомых людей. Нельзя передавать по телефону соболезнования по поводу печального события. Это делают лично или в письменной форме.

По телефону не обращаются с деликатными просьбами. Это допускается только при очень близком знакомстве.

Телефонный разговор обеспечивает непрерывный двусторонний обмен информацией, независимо от расстояния. Для того, чтобы он прошел по-деловому, к нему тщательно готовятся. Следует выделить главное, грамотно и лаконично излагать свои мысли. В противном случае, теряется 20 – 30 % рабочего времени, по данным американского менеджера А.Маккензи. Из пятнадцати главных причин потерь рабочего времени телефонным разговорам отводится первое место. 30 – 40 % в разговоре занимают повторения слов, фраз, ненужные паузы, лишние слова. Разговор по телефону должен быть коротким, вежливым и по существу.

Недопустимо начинать разговор с вопросов: «Это кто?», «Я куда попала?», «Кто звонит?» и т.д.

Надо уметь отвечать на телефонные звонки. Дейл Карнеги советует: «Когда вам звонят по телефону, ваше «Алло» должно быть произнесено таким тоном, чтобы было ясно: вы рады разговору!»

Не принято спрашивать о причине звонка. Если подошедший к телефону может заменить отсутствующего, то об этом нужно сказать, не будет ли он чем-либо полезен, или «Могу ли я передать ему, кто звонил?» На такой вопрос трудно ответить «нет».

Справки дают деловито и исчерпывающе, не прерывают разговора, пока не убедятся, что спрашивающий все понял.

Психологи отмечают, что продолжительность телефонных разговоров зависит от их эмоциональной окраски. Излишняя эмоциональность приводит к нечеткости речи, непродуманности, не деловитости фраз, потере смысла общения.

Беспочинное недовольство партнером, раздражительность, обидчивость могут привести к так называемому *пресыщению общением*, поэтому во избежание конфликта следует вовремя выйти из контакта с партнером. Сохранить с ним деловые отношения.

Длительные телефонные разговоры могут отрицательно повлиять на репутацию бизнесмена, подорвать интерес к его деловым предложениям.

Для восстановления доброго имени предпринимателя и его фирмы потребуется больше времени и усилий, чем при установлении первого контакта.

Искусство ведения телефонного разговора заключается в краткости сообщения и получении ответа от партнера. В японской фирме не будут держать работника, который не решит деловой вопрос за три минуты.

Основой успешного ведения делового телефонного разговора являются: компетентность, тактичность, доброжелательность, владение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эффективно решить проблему или оказать помощь в ее решении.

Деловой телефонный разговор должен вестись в спокойном вежливом тоне и вызывать положительные эмоции, так как они тонизируют деятельность головного мозга, способствуют четкому рациональному мышлению.

Английский философ Фрэнсис Бэкон* отмечал, что вести разговор в доброжелательном тоне более важно, чем употреблять хорошие слова и располагать их в правильном порядке.

Отрицательные эмоции приводят к нарушению логических связей в словах, аргументации, создают условия для неверной оценки партнера, его предложений.

Эффективность делового телефонного общения зависит от эмоционального состояния человека, его настроения.

Надо уметь заинтересовать собеседника своим делом. В случае склонности партнера к спору, высказыванию несправедливых упреков, следует набраться терпения, отвечать спокойно, тактично. Рекомендуются частично признать его правоту, кратко изложить свои аргументы. Доводы должны быть правильными по-существу и грамотно изложены.

О многом говорят голос, тон, тембр, интонации. По данным психологов, тон, интонации могут нести до 40 % информации. На это обращают особое внимание.

Телефон усугубляет недостатки речи. Быстрое или замедленное произношение слов затрудняет восприятие. Плохо воспринимаемые на слух названия городов, фамилии и др. произносятся по слогам или по буквам.

Для корректировки общения используют целый ряд реплик, например:

- «Как вы меня слышите?»
- «Не могли бы вы повторить?»
- «Извините, очень плохо слышно»
- «Простите, я не расслышал, что вы сказали и т.п.»

Следует заранее подобрать все материалы, документы, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса организаций, или нужных лиц, календарь, ручку, бумагу и пр. Также заранее определить цель разговора и свою тактику его ведения. Составить план беседы, записать вопросы, продумать порядок их постановки. Записать, какие сведения нужно получить от партнера. Во избежание многозначного толкования вопросов, их нужно формулировать четко.

Уже в начале разговора первой же фразой стараются заинтересовать собеседника. Держат в памяти даты и номера документов, официальных материалов, имеющих отношение к разговору. Стараются спрогнозировать контраргументы собеседника и свои ответы ему.

Если обговаривают несколько вопросов, то последовательно заканчивают обсуждение одного вопроса и переходят к следующему. Один вопрос от другого отделяют стандартными фразами, например:

«Итак, по этому вопросу мы договорились?»

«Могу я считать, что по этому вопросу мы достигли соглашения?»

«Как я вас поняла (в этом вопросе), мы можем рассчитывать на вашу поддержку?»

Разговор по каждой теме должен заканчиваться вопросом, требующим однозначного ответа.

По окончании телефонного разговора анализируют содержание и стиль делового разговора. Стараются понять причину своих ошибок.

Таким образом, культура делового телефонного разговора основывается, прежде всего, на требованиях деловитости, точности, уважительности и благодарности.

6.6. Эпистолярный этикет

Умение писать письма – характерная черта делового человека. Все, что написано должно соответствовать общим принципам этикета:

проявление интереса к другим;
пользование правильным языком;
верное оформление документов;
в срок.

Каждое деловое письмо должно быть строго индивидуально. На него накладывают отпечаток прежде всего адресат, конкретная ситуация, личность и должность пишущего. Писать письма – это искусство. Ему нужно учиться.

Качество делового текста составляет следующее:

мысль;
внятность;
грамотность;
вежливость;
лаконичность.

Мысль – это содержание письма, документа. Его формулируют ясно, четко

Внятность – доступность текста для понимания. Фразы должны быть просты, выражать суть дела.

Грамотность – уметь писать без ошибок. Пользоваться разговорным стилем письма. Избегать многосложных непонятных слов и выражений. При надобности пользоваться словарями, энциклопедиями, руководством по грамматике, стилистике или услугами редакторов.

Вежливость (корректность) – тон, стиль письма должны соответствовать статусу адресата. Тон задается выбранными словами, официальностью или неофициальностью стиля.

Лаконизм – краткость и четкость в выражении мысли. Желательно писать короткие слова, короткие фразы, короткие абзацы. Объем письма – не более 1,5 страниц отпечатанного текста. Лаконичные письма характеризуют авторов как хороших собеседников, владеющих искусством общения.

Допускаемое подчеркивание фраз или абзацев в письме означает сомнение отправителя в уме получателя, что он не способен отличить главное от второстепенного. Фактически злоупотребление подчеркиванием показывает агрессивность и умственную слабость отправителя.

Некрасиво и невежливо вместо подписи ставить одну букву с точкой. В любом письме нужно ставить адрес отправителя и дату.

Малейшая бестактность в словах и небрежность в выражениях могут негативно повлиять на работу фирмы. Недовольство клиента работой фирмы распространяется в сто раз быстрее, чем добрая слава о ней.

Толковая деловая переписка способствует увеличению оборота фирмы, улучшению взаимосвязи различных служб, повышению квалификации, установлению прочных связей с партнерами, клиентами.

7 ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕСТАХ

Без знания и выполнения правил поведения в обществе, в семье, на работе, в общественных местах трудно поддерживать репутацию современного делового человека.

Несмотря на то, что в общественных местах (на улице, в транспорте, самолете, в театре и т.д.) деловому человеку приходится контактировать, как правило, с незнакомыми людьми, хотя и кратковременно и обезличено, его взаимодействие должно регулироваться правилами современного этикета.

7.1. Поведение на улице

Находясь на улице, деловой человек должен соблюдать правила уличного движения, а также писанные и неписанные правила, основанные на нормах поведения и целесообразности.

Деловой человек идет прямо, не горбится, руки старается не держать в карманах, на ходу не курит, не едят что-либо, а также не держат в зубах сигарету.

Сопровождая женщину, мужчина не только не должен курить, но даже спрашивать разрешения об этом у женщины. Это считается невежливым. Ни женщина, ни мужчина не курят на остановке общественного транспорта.

Идя по тротуару, не устремляются навстречу потоку людей.

На узком и многолюдном тротуаре идут не более двух человек, причем женщина идет справа от мужчины гражданского и слева – военного. Максимальное число идущих в ряд на тротуаре – три человека. При этом рядом с мужчиной идет старшая женщина, рядом с ней – младшая. В обществе женщин равного возраста мужчина занимает место посередине.

Ходить под руку считается старомодным. Это затрудняет движение на людных улицах. Не принято, идя по улице, размахивать руками.

Предпочтительно, когда при встрече на улице со знакомыми первыми обращаются женщины к мужчинам, старшие к младшим, начальники к подчиненным.

Мужчина, идущий по улице рядом с женщиной, при встрече знакомого, с которым ему нужно переговорить, спросив разрешения у спутницы, останавливается, представляет ее своему знакомому и в присутствии нее разговаривает со знакомым. Нежелательно останавливать знакомого, даже близкого, если он спешит. Рекомендуется не останавливать человека на улице, а лучше пройти с ним часть пути, попросив предварительно разрешения проводить его.

Встретившись со знакомым, отходят в сторону, чтобы не мешать прохожим. Так же поступают при желании познакомиться с памятниками архитектуры.



Рис. 26. Мужчина и женщина поднимаются по лестнице
Мужчина уступает женщине дорогу. Ей придается предпочтение.

Раньше было принято, чтобы мужчина, поднимаясь по лестнице с женщиной, непременно шел впереди нее. В настоящее время определился несколько другой порядок: целесообразно и потому оправданно, чтобы мужчина стремился опередить женщину только в тех случаях, когда лестница темная, крутая или шаткая. Если обстоятельства складываются иначе, впереди идет женщина (рис. 26)

Спускаясь по лестнице, мужчина идет впереди, женщина – сзади, чтобы она в нужный момент могла на него опереться.

Не принято окликать на улице знакомого, а также оглядываться на окрик и смотреть назад.

Во время дождя мужчина и женщина идут под одним зонтом. Держит его мужчина. Если нет дождя, зонт закрывают и держат его в вертикальном положении.

Сумку, портфель, пакет носят в правой руке, чтобы не мешать прохожим.

Хорошо воспитанный человек не только соблюдает писаные и неписаные правила поведения на улице, но и оказывает помощь тем, кто в ней нуждается: помогает перейти улицу, спуститься по крутой или скользкой лестнице своей спутнице, а также пожилому человеку, инвалиду

Когда входят в дверь, то мужчина сначала должен пропустить женщину, а потом входить сам.

Вежливое деликатное отношение людей друг к другу в общественных местах необходимо им всегда, чтобы не уронить свое достоинство и не оскорбить достоинство других. Поступая уважительно, доброжелательно по отношению к другим, можно самим рассчитывать на их уважение к себе.

7.2 Поведение в общественном транспорте

Тактичным, внимательным, приятным в общении следует быть, пользуясь общественным транспортом. Первой входит в автобус, трамвай, троллейбус женщина. Мужчина помогает ей, а также детям, инвалидам подняться в салон. Входя в транспорт, снимают с плеч сумки-рюкзаки и т.д., чтобы не задеть ими людей. С мороженым в транспорт не входят во избежание загрязнения одежды пассажиров.

Принято провозить кошек, мелких грызунов, птиц в специальных клетках, собак – в намордниках.

В транспорте здоровый мужчина садится только тогда, когда поблизости не стоит ни одна женщина. Он уступает место входящим в салон пожилым людям, инвалидам, беременным женщинам, маленьким детям. Те, кому предложили сесть, обязательно должны поблагодарить за любезность и воспользоваться ею. Если же по-прежнему хотят стоять, то вместе с благодарностью стремятся объяснить причину, например, словами: «Спасибо! Я скоро выхожу».

В транспорте не принято громко разговаривать, смеяться, тем более навязывать свои разговоры и расспросы попутчику. При кашле стараются закрыть рот платком. При желании чихнуть – массируют переносицу. Но если неожиданно чихнул, следует извиниться. Неприлично говорить: «Будьте здоровы!» тому, кто чихнул не только в транспорте, но и вообще.

Не проявляют интереса к тем, кто читает в транспорте газеты, журналы, книги. Тем более не задают им вопросы относительно прочитанного. В свою очередь, читающие должны держать газету или журнал сложенными.

В общественном транспорте ведут себя спокойно, соблюдают неписанные правила, основанные на нормах поведения и целесообразности. Проявления нежности, ссоры или другие эмоции посторонним людям неинтересны. Некоторых они даже раздражают

Прощаясь или приветствуя знакомого в транспорте, не принято его называть по имени или фамилии, тем более делать это громко, чтобы не привлекать внимания окружающих к этому человеку.

Если мужчина едет с женщиной, он первым проходит к выходу, прокладывая ей путь, первым выходит, помогая ей сойти. Так же он поступает, сопровождая пожилого человека, ребенка, помогает выйти из транспорта незнакомым пожилым людям, инвалидам.

Отправляясь на *такси*, мужчина подходит к автомашине и открывает правую заднюю дверцу. Женщина садится первой, занимая место на заднем сиденье справа по ходу автомашины (почетное место). Мужчина садится рядом с женщиной. Занимая место около водителя, мужчина поступает невежливо по отношению к своей спутнице.

Когда мужчина сам управляет автомашиной, то сначала он помогает сесть своей спутнице на переднее сиденье, а затем занимает место за рулем. Садиться женщине на заднее сиденье невежливо по отношению к знакомому мужчине. Приехав к месту назначения, мужчина выходит из автомашины, обходит ее спереди и, открыв дверцу, помогает выйти своей спутнице (рис.

Для того, чтобы женщине было удобнее сесть в автомашину, нужно, слегка присев на сиденье, втянуть ноги. Выходя из автомашины, обе ноги надо одновременно поставить на асфальт. (рис. 27).



Рис. 27. Женщина выходит из автомашины

7.3 Поведение в поезде

Не забывают о правилах хорошего поведения в поезде. Общие правила несложны.

Если мужчина сопровождает или провожает женщину или пожилого человека, то он несет более тяжелые вещи и входит в вагон первым. Находит нужные места, кладет багаж, помогает разложить его другим.

Войдя в купе, здороваются. Представляться не обязательно. Если в дальнейшем обнаружится обоюдное желание продолжить общение, то в процессе беседы можно познакомиться. При этом вопросы о личной жизни не задают. В купе ведут себя корректно, терпеливо. Тогда длительная поездка не будет столь утомительной. Нижнюю полку предлагают женщине, пожилому мужчине и инвалиду.



Рис. 28. Мужчина помогает женщине выйти из вагона поезда

На нижней полке имеют право сидеть и обладатели верхних полок.

Если в поезде душно, окно открывают только с согласия всех спутников. Ведут себя вежливо, тактично, не доставляют беспокойства соседям. Курят в тамбуре. Во время ночного сна радио, автономное освещение не включают.

Не следует выражать неудовольствие и предъявлять необоснованные требования проводнику без достаточных на то оснований. В поезде принято вести себя вежливо, тактично, как можно меньше доставлять ими беспокойства.

Если пассажиры собираются лечь в постель, следует выйти из купе. Первыми обычно готовятся ко сну пассажиры верхних полок. Те, кто уже готов ко сну, отворачиваются к стенке.

Прощаясь с попутчиками, желают им доброго пути. Первым из поезда выходит мужчина, помогая женщине сойти на перрон (рис. 28).

7.4 Поведение в самолете

В самолете авиапассажиры выполняют все предъявляемые к ним требования. При входе в самолет приветствуют стюардессу. Найдя указанное в билете место, здороваются с соседом. Если им оказалась женщина, то осведомляются, удобно ли ей.

В полете обращаются со всеми вопросами и просьбами к стюардессе.

Основное требование к авиапассажирам – неукоснительно соблюдать все указания экипажа самолета и правила, о которых сообщит стюардесса. Стюардесс считают «хозяйками на борту», и поэтому им не принято давать чаевые.

Во время полета можно почитать газеты, журналы, которые любезно предлагают стюардессы. Авиапассажиры должны соблюдать этическое правило – не вспоминать и не говорить об авиакатастрофах, и не показывать свой страх другим людям.

По окончании полета авиапассажиры выходят из самолета, благодарят стюардессу за приятный полет и прощаются.

7.5 Поведение в магазине

В магазине деловое общение продавца и покупателя начинается с приветствия. Не забывают при обращении к продавцу говорить: «Пожалуйста», «Спасибо!». Внимательность, вежливость, доброжелательность – важнейшие требования этики продавца по отношению к покупателю. Опыт известных торговых фирм Запада показывает, что успех им принесло именно культурное отношение к покупателю (профессиональное, нравственное, ответственное), потому что их работники убеждены, что в нормальных условиях никто, кроме клиента, не возместит им расходы на производство, транспортировку изделия и не обеспечит прибыль.

Продавец-профессионал старается учитывать демографические характеристики (пол, возраст) покупателя, стремится определить его психологические особенности и соответственно этим особенностям строить свое общение с ним.

Служебный и нравственный долг продавца – дать покупателю квалифицированный компетентный ответ. Многие продавцы имеют смутное представление о продаваемых товарах. Со стороны руководителей низкая требовательность к деятельности продавцов, плохо налажено их профессиональное обучение.

Профессиональная этика продавца требует от него полного уважения ко всем покупателям, предупредительного обращения с ним.

Продавец должен рекламировать товары, оперируя правдивой информацией об их полезности. Квалифицированная пропаганда и удачные покупки превращают случайного покупателя в постоянного.

Высокий профессионализм продавца усиливается его этической воспитанностью. Она проявляется в его речи, мимике, жестах. Продавец должен быть сдержан даже с невоспитанным и агрессивным покупателем. В свою очередь, покупатель должен быть вежливым и сдержанным с работниками прилавка.

Рассчитывая покупателя, продавец благодарит его за покупку. При этом он должен сказать: «Вам повезло, такой товар – большая редкость» и др. Равнодушие продавца может вызвать у покупателя сомнение в его искренности и правильности выбора покупки.

7.6 Поведение в театре

Войдя в фойе театра, мужчина снимает головной убор, а при выходе надевает его в дверях. В гардеробе помогает спутнице снять верхнюю одежду, и только потом снимает свое пальто. Если женщина поправляет свой туалет перед зеркалом в гардеробе, мужчина скромно ждет в сторонке. В это время он может приобрести программку.

В фойе мужчина пропускает женщину первой, но в партер входит первым он. Найдя ряд и места, он проходит сам или пропускает женщину вперед, с учетом, что женщина должна сидеть справа от мужчины. На крайнее место женщина не садится. Люди, мимо которых необходимо проходить, встают, так как сидеть в данном случае считается неприличным. Мужчина придерживает сиденье кресла, на которое должна сесть его спутница, усаживает ее на более удобное для нее место. Затем садится сам. Каждый зритель имеет право только на один подлокотник. При этом не опираются на спинку переднего кресла руками или на кромку переднего сиденья ногами.

Бинокль используют во время спектакля, чтобы смотреть на сцену, а не для разглядывания людей, сидящих в зале, или прогуливающих в фойе. Во время действия бинокль и программу держат на коленях.

Если в театр приходят две пары, то первым в партер входит мужчина, за ним – женщины, в конце – второй мужчина. В такой же последовательности они проходят к своим местам. При этом мужчины не забывают опустить дамам откидной стул. Женщины сидят в центре, мужчины – по обеим сторонам. Обычно крайние места занимают мужчины. В ложе впереди сидят женщины, мужчины – за ними.

В театре не принято ходить под ручку. Есть в фойе или в зрительном зале неприлично. Это обычно делают в буфете во время антракта.

Аплодируют в театре после конца каждого акта, в конце блестящей сцены или арии (в опере), иногда - при выходе на сцену особенно известных актеров. В концертном зале – при

появлении дирижера и солистов. Если слушают вокальный цикл, аплодируют после окончания последней из песен.

Во время представления покидать зал неприлично. Уходят из зала после антракта или по окончании представления. При этом ждут закрытия занавеса и выхода актеров к зрителям. После продолжительных аплодисментов зрители спокойно уходят.

7.7 Поведение в гостинице

Прибыв в *гостиницу*, обращаются к администратору и, если есть свободные места или они заранее забронированы, заполняют листок проживающего. Во многих зарубежных гостиницах записывают свое имя в книгу для гостей.

Гостям предлагается целый комплекс основных и дополнительных услуг. За дополнительные услуги платят чаевые. О сумме чаевых можно поинтересоваться у администратора. Чаевые за покупку газет – 10 – 20 % стоимости этих газет.

В ресторан и в буфет выходят в соответствующей одежде. Не принято выходить из номера в тапочках, пижаме или в халате. Спортивный костюм предназначен для занятий спортом в номере вдвоем, стараются не мешать друг другу работать с документами или отдыхать.

В случае приглашения в номер гостя следует предварительно предупредить об этом соседа по номеру.

Отсутствие дежурных на этажах, как правило, в зарубежных гостиницах говорит о том, что в коридоре, лифте установлены телекамеры.

8 ЭТИКЕТ ДЕЛОВЫХ ПРИЕМОВ И ПРЕЗЕНТАЦИЙ

8.1 Деловые приемы. Их виды

Наиболее распространенной формой делового протокола являются приемы. Они устраиваются по случаю знаменательных дат, национальных праздников, прибытия делегаций и т.д.

Деловые приемы бывают официальными и неофициальными. Первые устраиваются главами государств, правительствами, консульствами, военными атташе, торговыми представительствами по случаю национальных праздников, пребывания государственных руководителей, иностранных делегаций, открытия крупных выставок и конференций, заключения международных отношений. Официальные приемы обычно проводятся по правилам дипломатического протокола и этикета. Этих же этикетных правил придерживаются и фирмы, организуя приемы в честь зарубежных коллег.

Основным содержанием приемов является не дегустация напитков, и употребление пищи, а их деловой характер. Приемы способствуют углублению и расширению контактов, получению нужной информации в неформальной обстановке, обмену мнениями.

Приемы подразделяются на дневные («Завтрак», «Бокал шампанского», «Бокал вина») и вечерние («Обед», «Обед-буфет», «Коктейль», «Фуршет» «А ля фуршет», «Ужин», «Чай», «Журфикс», с рассадкой* и без рассадки за столом. С рассадкой проводятся «Завтрак», «Обед», «Ужин», остальные – без рассадки.

На деловых приемах люди знакомятся друг с другом, устанавливают первичные контакты, с целью их превращения в долготетное деловое сотрудничество

Неофициальные приемы выходят за временные рамки дипломатического протокола. Они могут быть организованы рано, например в 8 ч. (завтрак), официальные приемы устраиваются с 12 ч. – дневные приемы, с 16 ч. – вечерние.

В международной практике принято считать наиболее торжественными вечерние приемы «Обед», «Ужин», а из дневных – «Завтрак».

8.2 Подготовка и проведение приемов

В международном этикете регламентирован порядок организации и проведения приемов. Любой прием необходимо хорошо подготовить. А для этого выбирается вид приема. Определяется дата его проведения. Учитывается, что приемы не назначаются и не проводятся в нерабочие, праздничные дни, в том числе в дни религиозных праздников (Рождество, Пасха, Рамадан и др.), и во время национального траура.

Определяется общее количество гостей, которых планируется пригласить на прием. Список участников приема уточняется и подписывается руководителем учреждения, организующего прием. Не рекомендуется приглашать людей с резко противоположными взглядами и позициями.

В соответствии со списком рассылаются приглашения на прием. Высокопоставленному лицу предварительно делается устное приглашение. Если оно принято, только после этого посылается приглашение на специально оформленном бланке. Приглашения должны быть отправлены за 1 – 2 недели до начала приема.

Заранее составляется план рассадки, составляется меню. При этом учитываются вкусы гостей, их национальные, религиозные традиции и т.д.

Особое внимание обращается на сервировку стола. Сервировать банкетный стол должен опытный человек, хорошо знающий искусство сервировки. Подбирается квалифицированный обслуживающий персонал.

На приемах, устраиваемых по официальному поводу, произносят и обмениваются тостами. Это делается после десерта и когда всем гостям налито шампанское. Первый тост принадлежит хозяину. На приемах без рассадки тосты произносятся через 10 – 15 минут после начала приема. Тосты, как и ответы на возможные вопросы собеседников, партнеров, готовят заранее.

Схема проведения приема продумывается заблаговременно, чтобы все прошло четко и организованно.

8.3 Рассадка гостей за столом

Рассадка гостей за столом осуществляется в соответствии с общепринятыми правилами. Она требует строгого соблюдения признанного служебного или общественного положения гостей. Устроители должны иметь четкое представление о рассадке гостей еще до рассылки приглашений. Не рекомендуется создавать тесноты за столом. Расстояние между тарелками соседних мест должно составлять 70-80 см.

В зале, где собираются гости (аванзале), на небольшом столике располагается план рассадки, в соответствии с которым каждое место за столом обозначено кувертной карточкой. На ней указаны фамилия, имя и отчество гостя. Кувертную карточку кладут на самый высокий бокал у каждого прибора.

Гости рассаживаются за столом с учетом их рангов и в порядке протокольного старшинства. Если супруг имеет ранг выше, то супруге присваивается его ранг и, наоборот. На официальных приемах женщины рассаживаются среди мужчин. Если мужчин оказывается больше, то приглашают женщин фирмы, устраивающей прием.

Места за столом делятся на более и менее почетные. Самое почетное место – справа от хозяйки (прием с участием женщин) и справа от хозяина (на мужском приеме). Далее идут места слева от хозяйки и слева от хозяина. По мере удаления от хозяйки и хозяина места становятся менее почетными. На самых почетных местах сидят самые почетные гости.

При рассадке гостей за столом придерживаются следующих правил:
первыми по правую и левую руку от хозяйки сажают мужчин, хозяина окружают женщины; женщину не сажают с женщиной и на торцы стола, если там не сидят мужчины;
два иностранца из одной страны не сидят вместе;
последние места за столом занимают сотрудники своего учреждения, но не женщины.

Возможна рассадка одной делегации напротив другой, почетным является место напротив входной двери, а если дверь находится сбоку, то на стороне стола, обращенной к окнам, выходящим на улицу, но не во двор.

8.4 Характеристика приемов

Деловой прием «*Бокал шампанского*» обычно начинается в 12 час. и длится около часа. Прием проходит стоя. Обслуживают официанты. Это наиболее простая форма приема, не требующая большой длительной подготовки. Поводом для организации такого приема может быть пребывание делегации в стране, отъезд посла, годовщина национального праздника, открытие выставки, фестиваля, фирмы и т.д.

Гостям предлагаются шампанское, вина, соки, закуски бутерброды, орешки, пирожные, печенье, конфеты а также кофе или чай. Напитки и закуски разносят официанты.

Гости приходят в повседневной одежде.

Прием «*Бокал вина*» - аналогичен приему «*Бокал шампанского*». В данном случае подчеркивается особый характер приема.

Прием «*Завтрак*» - наиболее почетный из дневных приемов. На него приглашаются, как правило, бизнесмены без жен. Он устраивается в промежутке времени с 12 до 15 час. начинается обычно до 13 час. Продолжительность его час – полтора. Из них 45 – 60 мин за столом и 15 – 30 мин. – за кофе. Перед завтраком предлагается аперитив: минеральная вода, соки, сухие вина, коктейль и др.

Меню завтрака состоит из одной – двух холодных закусок, одного горячего рыбного блюда, одного мясного горячего блюда и десерта. К закускам подают водку, к горячему рыбному блюду – охлажденное белое сухое вино. Оно же подается и к белому мясу. К курице могут предложить розовое вино. Красное сухое вино должно быть комнатной температуры. Его открывают заранее. Оно хорошо идет к темному мясу (говядина, мясо диких животных). Затем следует десерт (желе, мусс, мороженое и др.), а к нему – охлажденное шампанское. После того как гости поели, хозяин (или хозяйка) первым встает из-за стола и приглашает гостей пройти в другой зал, где сервированы столы для кофе, чая. Официанты разносят коньяк, ликер (комнатной температуры)

Форма одежды указывается в приглашении. Это обычно повседневный костюм, в торжественных случаях – смокинг.

Прием «*Коктейль*» устраивается в промежутке времени от 17 до 20 час. Данный вид приема экономичен, не требует большого разнообразия и количества мебели, посуды, приборов, столового белья.

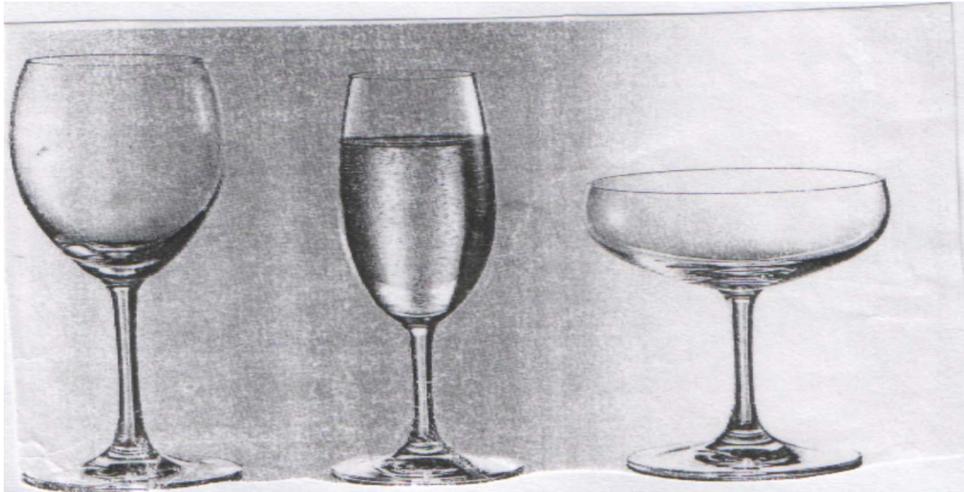
В зале банкетных столов не ставят, а ограничиваются лишь небольшими отдельными столами, расставленными в удобных частях зала: у стен, у колонн, в нишах и т.д. На столы кладут сигареты, спички, ставят пепельницы, вазы с цветами, бумажные салфетки.

Продолжительность приема - 1,5 – 2 час. Хозяин и хозяйка в течение всего времени встречают и провожают гостей. Если хозяйки нет на месте, то вновь прибывший должен найти ее, поздороваться, а она должна представить его гостям. Если гостей немного, хозяин и хозяйка могут быть в кругу гостей.

Первыми на прием приходят сотрудники фирм, затем их руководители. Уходят - в обратном порядке.

Напитки, коктейли готовит буфетчик-бармен, хорошо знающий особенности подачи напитков, умеющий составлять в определенной пропорции и последовательности коктейли. Обычно сложные и трудоемкие в приготовлении коктейли в меню на данном приеме не включают. Налитые в бокалы напитки (коктейль, вино) расставляют на накрытые салфетками подносы. Напитки в более высокой посуде ставят в середине подноса рядами, а в более низкой – по краям его, с интервалом между рюмками, бокалами не менее 1 –2 см. Напитки разные по вкусу и крепости, но одинаковые или близкие по цвету на один поднос, как правило, не ставят. Напитки разливают в соответствующие бокалы. (рис.).

Один из официантов подает гостям напитки в бокалах (рис. 29 – 32), другой – предлагает, находящиеся на подносах, бутерброды, котлетки, маленькие канапе, сосиски-малютки, разнообразные холодные и горячие мелко порционные закуски с воткнутыми в них шпажками.



а) б) в)

Рис. 29.

Бокалы: а) для шампанского; б) для шампанского в форме кубка; в) для шампанского в форме чаши.



Бокал для воды



Рис. 31. Коньячная рюмка

Рис. 30.



Рис. 32. Рюмка для мартини

На десерт подают пирожное-ассорти (малютки), хворост, яблоки, запеченные в тесте и др. Вместо тарелок и вилок используются шпажки. Гость берет шпажку, съедает угощение, а шпажку кладет в пустую емкость, которую предлагает официант-сборщик. На поднос использованные шпажки не кладут.

Иногда устраивают бар-буфет, где можно выпить спиртное.

В конце приема подают кофе, чай и соответствующие им напитки.

Количество гостей не ограничено, так как прием «Коктейль» проходит стоя. Гости могут приходить позже, уходить раньше.

Форма одежды – повседневный костюм или платье.

Прием «*Фуршет*» проводится в то же время, что и прием «*Коктейль*». Основным прибором сервировки стола является вилка. Высокий стол накрывают скатертью, не доходящей до пола на 5 – 10 см.

Рюмки, бокалы ставят на столе рядами, группой, «елочкой» или «змейкой». При расстановке стекла в два ряда на конце стола ставят бокалы в виде треугольника по 10 – 15 штук вершиной к торцу. Между группами бокалов ставят, чередуя в определенном порядке, рюмки на расстоянии 1,0 – 1,5 см друг от друга. Между рядами рюмок расстояние – 20 – 30 см.

После расстановки стекла на стол ставят стопками закусочные тарелки по 6 – 8 штук, за ними – десертные. Стопки закусочных тарелок размещают на расстоянии 2 см от края стола и 0,7 – 1 м от торца. Тарелки ставят стопкой на обеих сторонах стола, располагая их симметрично через каждые 1,5 – 2 м. Рядом кладут вилки на ребро, зубцами к тарелкам. Справа от стопок тарелок располагают ножи закусочные, лезвием к тарелкам. Вилки десертные размещают так же, как закусочные, рядом с десертными тарелками. Сложенные полотняные салфетки кладут по 3 – 5 штук на десертные тарелки или за ними.

Блюда с холодными закусками ставят на середину стола. Края на расстоянии 15 – 20 см оставляют свободными, чтобы гости могли поставить там свои тарелки. Закуски в низкой посуде располагают ближе к краю. После холодных закусок следуют горячие. На десерт подают желе, мороженое и др. В конце приема пьют кофе, чай. Официанты разливают в бокалы напитки, соответствующие блюдам.

С приема «*Фуршет*» можно уходить, не прощаясь. При этом в передней гость оставляет на подносе визитную карточку свою и жены с загнутыми уголками.

На приеме «*Фуршет*», как и на приеме «*Коктейль*» гости наиболее свободно общаются друг с другом, устанавливают новые контакты, закрепляют имеющиеся.

Форма одежды указывается в приглашении. Это может быть повседневный костюм или смокинг.

«*Обед*» - наиболее почетный вид приема. Он начинается от 19 до 21 час. Обед длится 2 – 2,5 час., из них за столом 50 – 60 мин., остальное время в гостиной.

На приеме «*Обед*» подают первое блюдо, но на торжественном приеме – нет. Меню обеда включает также закуску холодную, горячую, рыбное и мясное горячие блюда, десерт. Их сервируют соответствующими напитками. В конце приема подают кофе, чай, а также коньяк и ликер.

Форма одежды указывается в приглашении. Это может быть фрак, смокинг или темный костюм – для мужчин, вечернее платье – для женщин.

После «*Обеда*», в честь пребывания в стране иностранного гостя или иностранной делегации дается сразу же второй прием – «*А ля фуршет*». Он начинается после 20 час. Угощение такое же, как на приеме «*Фуршет*», но более разнообразнее, обильнее выбор напитков и блюд.

Форма одежды такая же, как на приеме «*Обед*».

Деловой прием «*Обед-буфет*» («*Шведский стол*»). Его называют также «*Холодный стол*», «*Закусочный стол*». Он проводится в то же время, что и прием «*Обед*», меню идентично, но исключаются первые блюда.

На столах, установленных посередине комнаты или у стены, находятся разнообразные закуски на блюдах, а также тарелки, приборы, бокалы, рюмки, салфетки и т.д. Гость левой рукой берет салфетку, на нее ставит тарелку, кладет нож, вилку, затем кушанья. Правой рукой поднимает бокал с напитком и свободно рассаживается за четырех- или шестиместным столиком

Прием «*Обед-буфет*» менее официален, чем прием «*Обед*». Он проводится в перерыве танцевального вечера, после просмотра фильма и т.д.

Форма одежды такая же, как на приеме «*Обед*».

Наиболее поздний прием «*Ужин*». Он начинается после 21 час. Продолжительность его 2 – 2,5 час. Меню ужина такое же, как на «*Обеде*». Форма одежды также идентична. Отличается от приема «*Обед*» по времени.

Вечерний прием «*Чай*» устраивается в период времени с 16 до 18 час. Обычно для женщин. Например, жена посла или Министра иностранных дел устраивает его для жен глав дипломатических представительств или жен других послов. При этом не исключено приглашение мужчин. Продолжительность приема – час – полтора.

В меню входят десертные, полусладкие, полусухие вина, ликеры, коньяки. и сухие вина, а также фрукты, сладкие орешки, миндаль, суфле, кремы и др. кондитерские и булочные изделия.

Холодные закуски подавать не принято. За чайным столом напитки, кроме шампанского, принято подавать не в бутылках, а в графинах.

Форма одежды : повседневный костюм или платье.

Прием «*Журфикс*» устраивается женой посла или члена правительства один раз в неделю, в определенный день и час. Такие приемы называют «среды» или «четверги». Начинается такой прием осенью и заканчивается весной. Лето – каникулярное время. Прием организуется, в основном, для женщин, но в нем могут принимать участие и мужчины.

Меню данного приема аналогично меню приема «Чай».

8.5. Правила поведения за столом

Культура поведения за столом показывает уровень развития человека и общества в целом.

Мировой практикой выработан свод правил поведения официальных лиц во время приемов. Приглашенные гости собираются в аванзале или гостиной. Войдя в аванзал, приветствуют хозяина или принимающего гостей, затем наклоном головы – всех присутствующих. Хозяина не задерживают и не занимают разговорами. Увидев знакомого, подходят к нему, приветствуют, общаются. Знакомятся с планом рассадки гостей за столом, макет которого располагают на видном месте. Если рядом с мужчиной, справа от него, будет сидеть незнакомая дама, он должен предварительно через посредника с ней познакомиться.

В аванзале гости находятся не более 30 мин. Приходить на прием следует за 5 – 10 мин., а на большой – за 10-15 мин. до назначенного времени. Опаздывать не принято.

Из аванзала гости переходят в банкетный зал. На торжественном приеме хозяин подает руку почетной гостье, и они первыми входят в банкетный зал. Примеру хозяина следуют мужчины, предлагая дамам правую руку. Заканчивают шествие хозяйка с почетным гостем. Подойдя к своему месту, указанному в конвертной карточке, хозяйка встает сзади своего стула и приглашает всех сесть за стол. При этом первой садится она сама. Ей помогает почетный гость. Мужчины следуют его примеру. Они берут за спинку стула дам и переставляют их, несколько развернув спинкой к себе. Дамы проходят к своему месту и ждут, когда им подадут стул, при этом ноги не сгибают. Пододвинув стул, мужчины говорят: «Пожалуйста» или «Прошу садиться». Затем за стол садятся мужчины.

Гости берут с тарелки тканевую салфетку и расстилают ее на коленях. Загибая верхний угол, салфетку кладут поперек. Если едят омары, крабы, langoustes, салфетку вставляют за воротник. Данной салфеткой руки, пальцы вытирать не принято. Для этого имеются бумажные салфетки. По окончании трапезы, то есть после еды, допускается вытереть тканевой салфеткой губы и руки. Затем, свернув ее небрежно, кладут на пирожковую тарелку.

За столом сидят прямо, без напряжения, не горбясь, на расстоянии от края стола, не превышающем ширины четырех пальцев своей ладони. Локти на стол не ставят. Руки не расставляют, а плотно прижимают к телу, чтобы не мешать соседу. На столе держат только кисти рук. До еды и в перерыве руки кладут на колени или на подлокотники кресел. Чтобы не ощущать усталости, нежелательно класть ногу на ногу. Туфли под столом не снимают. Считается развязным сидеть, развалившись или на краю стула. Сиденье стула занимают полностью.

Едят беззвучно. На горячую пищу не дуют.

Загибая верхний угол, салфетку кладут на колени поперек, где она находится до конца трапезы. О нее нежелательно вытирать руки и губы. Для этого есть бумажные салфетки. Допускается случайно испачканные пальцы рук вытереть о верхнюю часть салфетки. После еды ее, не складывая, кладут на подстановочную тарелку; если она занята, то рядом с ней, если ее убрали – на ее место.

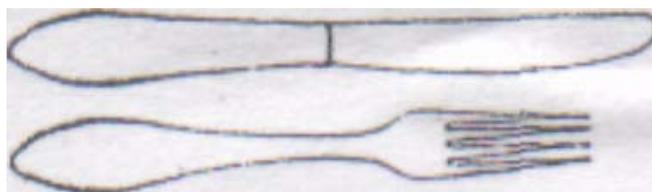


Рис. 33 . Большой столовый прибор

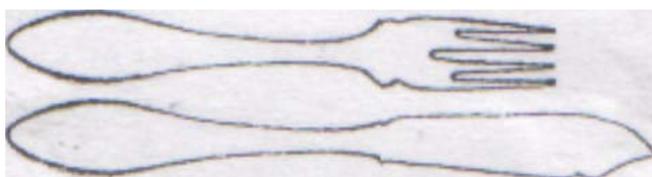


Рис. 34. Рыбный прибор

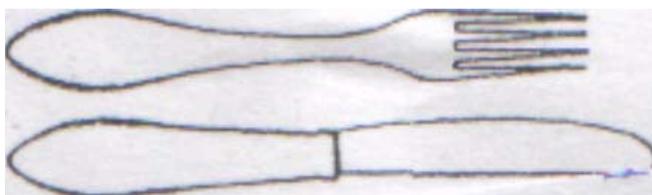


Рис. 35. Средний (закусочный) столовый прибор

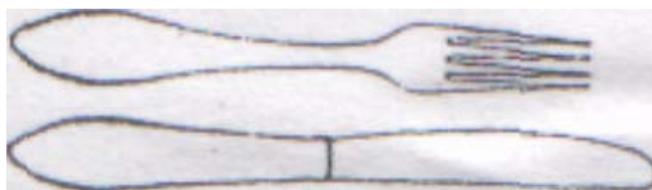


Рис.36. Малый (десертный) столовый прибор

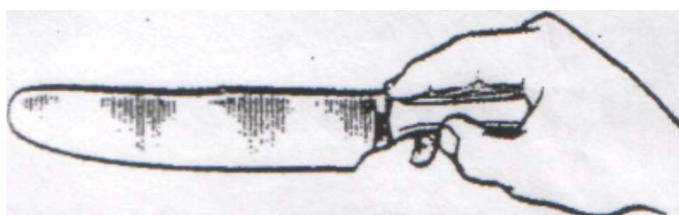
Всеми приборами (рис. 33 - 36) и другими предметами, находящимися на столе, пользуются в строгом соответствии с их назначением. Все приборы, расположенные справа (ножи, ложка), берут только правой рукой, слева (вилки) – левой; расположенные ручками вправо – правой, влево – левой рукой. При этом конец ручки ножа должен упираться в ладонь правой руки, средний и большой пальцы держат за бока начала ручки, а указательный палец – на верхней поверхности начала ручки ножа. Им прижимают вниз ручку ножа при резании мяса и других продуктов. Остальные пальцы согнуты в ладони. Отставлять мизинец не принято.

Вилку держат в левой руке зубцами вниз так, чтобы конец ее ручки слегка упирался в ладонь. Большим и средним пальцами держат вилку за ребро ручки, а указательный – сверху, прижимая ручку вилки вниз. Остальные пальцы согнуты.

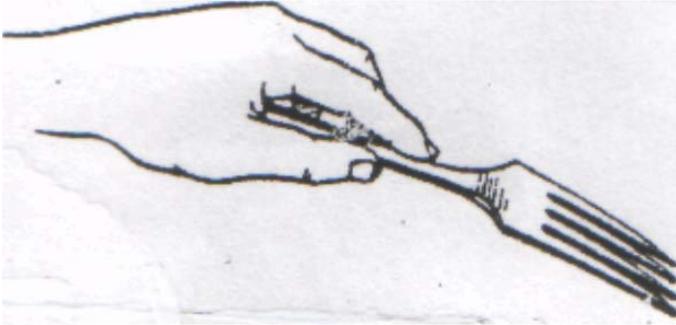
С помощью ножа нарезают мясо, курицу или другое блюдо, а также слегка помогают положить на вилку тот продукт, который с трудом или вовсе не накалывается на вилку.

Ложку держат в правой руке, конец ручки которой лежит на основании указательного пальца, начало ручки – на среднем. Сверху большим пальцем ручку прижимают к среднему пальцу, а указательным – поддерживают ее сбоку.

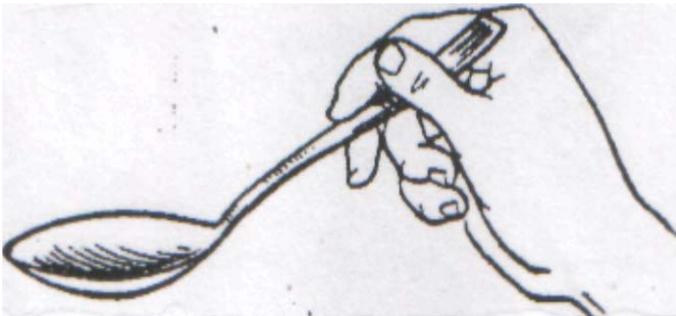
Вилку, нож, ложку держат только за ручку, не дотрагиваясь, например, до лезвия ножа, то есть тех частей прибора, которые соприкасаются с пищей (рис. 37).



а)



б)



в)

Рис. 37. Так держат во время еды столовые приборы:
а) нож; б) вилку; в) ложку

Левше сервируют стол соответственно.

Чтобы не скользило на столе блюдо, поверх скатерти кладут напетту (индивидуальную маленькую салфетку).

Подавать кушанья начинают с дамы, сидящей справа от хозяина. Обходя гостей с блюдом, официант подходит к каждому из них слева, держа правую руку за спиной. С каждым блюдом, за исключением супов, салатов, сыров и фруктов, официант обходит гостей дважды.

Начинать есть можно тогда, когда 5 – 6 человек уже обслужили, всех ждать не следует. По этикету: мужчины не начинают есть раньше дам.

Перекладывают из блюда в свою тарелку только специальным прибором, положенным в салатник или другое блюдо с закуской, горячим и др.

Некрасиво и опасно есть с ножа. Если не знают, как есть то или иное блюдо, смотрят, как это делает хозяйка, или спрашивают у нее об этом. Нарушения этикета не будет.

Прежде чем выпить какой-либо напиток, следует раньше проглотить то, что находится во рту, затем запить.

Следует хотя бы попробовать блюдо, если не могут его есть, но не объяснять за столом о недомогании. Положенное на тарелку должно быть съедено, – меняется время, изменяются правила. Раньше это считалось ззорным.

Невежливо выбирать из порций, лежащих на блюде, лучшую. Берут тот кусок, который лежит ближе к гостю. Неприлично следить, кто сколько съел. Недопустимо вымазывать тарелку куском хлеба или во что-либо макать.

Перед тем, как запить еду каким-либо напитком, губы вытирают салфеткой.

На протяжении всего застолья мужчина ухаживает за дамой, сидящей справа от него. Согласовав с дамой, что она будет есть, левой рукой мужчина берет блюдо за край и подносит его к тарелке дамы так, чтобы край блюда был чуть-чуть выше ее тарелки, а затем, взяв в правую руку сервировочный прибор (рис. 38), кладет еду на тарелку.

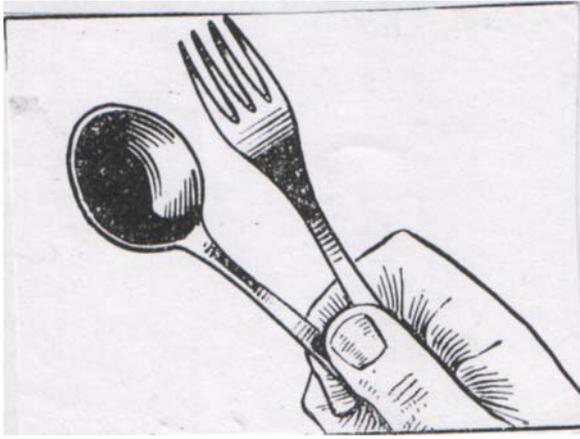


Рис. 38. Сервировочный прибор

Затем держит блюдо над своей тарелкой и кладет кушанье себе. Если дама хочет сама положить себе еду, она просит мужчину, сидящего слева, подать ей блюдо. Правой рукой она берет специальный прибор, и положив себе еду, возвращает прибор на блюдо.

Если блюдо тяжелое, мужчина левой рукой берет тарелку дамы, подносит к блюду, чтобы ее край был чуть-чуть над краем блюда, перекладывает часть кушанья и ставит аккуратно тарелку перед дамой. То же делает для себя. При этом на тарелку вначале кладут основной продукт например свинину, затем гарнир. Соусом поливают основной продукт (рис. 39).



Рис. 39. Свинина на косточке (основное блюдо),
гарнир: картофель, зеленый горошек, грибы

Положение приборов на тарелке во время еды (рис. 40) и по окончании ее (рис. 41) различное. Съев бульон, ложку оставляют в тарелке. Во время еды и после ее приборы не должны касаться скатерти.

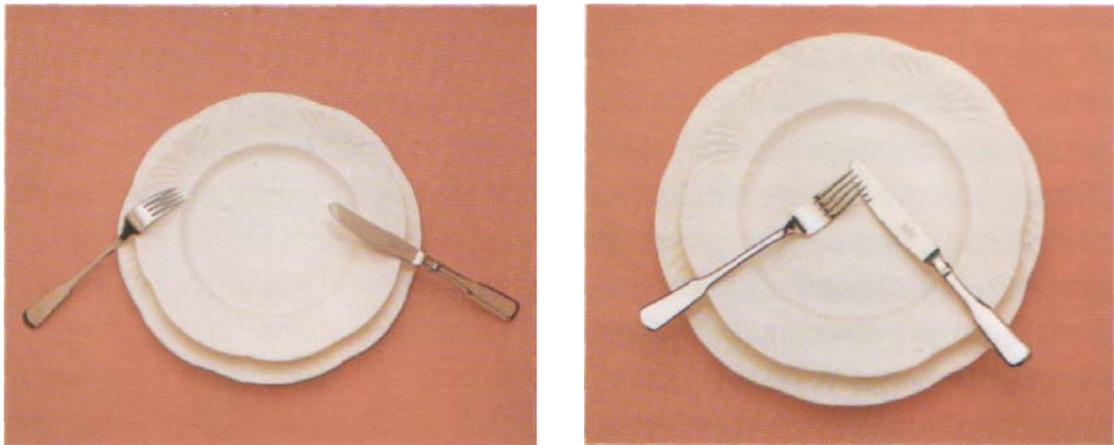


Рис. 40. Положение столовых приборов во время еды

Закончив еду, гость кладет вилку и нож параллельно друг другу на правую сторону тарелки. Только в этом случае официант может убирать со стола грязную посуду. Когда приборы лежат крест-на крест, гость не закончил еду.

На торжественном банкете, который обслуживают официанты, использованные тарелки заменяют на чистые при каждой смене блюд. При этом грязную посуду убирают со стороны правой руки, чистую ставят с левой стороны. Подстановочные тарелки при любой смене блюд остаются на месте.



Рис. 41. Положение столовых приборов по окончании еды

От еды отказываться не принято, от спиртного – допустимо. Уместно вспомнить одно из правил придворного этикета XVIII в.: «В банкетном зале надлежит есть сладко и вкусно, а пить умеренно, дабы всякий мог найти свои ноги, выходя из дверей».

Почти все напитки пьют небольшими глотками. Водку и шампанское (игристое вино) выпивают сразу до дна, но не запрокидывают голову назад, не выпивают напиток залпом. Жажду утоляют до приглашения к столу. Очень важно, что бокалы, рюмки берут за «талию», кружки – за ручки, стопки, стаканы – за бока. Чокаясь, молодой мужчина держит свой бокал ниже, чем его держит дама или пожилой мужчина, подчеркивая тем самым свое почтение и уважение. Бокал поднимают вверх, к небу, как бы предлагая небожителям их дар и благодарят за него. Первый тост – за хозяином.

Тосты на официальных приемах произносятся лишь после того, как подан и съеден десерт и налито шампанское. На официальных приемах не чокаются. Мужчины слушают тосты, стоя, дамы могут сидеть.

Этикет позволяет после провозглашенного тоста поднять свою рюмку, и не выпивая, поставить ее на место, или пригубить. Пить до дна после провозглашенного тоста нужно в особых случаях. В последнее время это перестало быть обязательным. Еще в древности неумеренность в алкоголе считалась порочной. Мудрые отмечали: «Первая чаша принадлежит жажде, вторая – веселью, третья – наслаждению, четвертая – безумию».

По правилам хорошего тона, старое правило наполнять бокал на две трети уже не применимо. Вместительные массивные бокалы с толстыми ножками наполняют только наполовину.

Не устарело правило, что хозяин первым пробует вино из полной бутылки. Для этого он наливает глоток вина себе, пробует его. Затем наполняет бокалы гостей, в последнюю очередь – себе. Наливая вино, бутылку вращают, чтобы последние капли не упали на скатерть. Если вино подают в графине в разлив, то в отличие от закупоренной бутылки, вино не принято пробовать. Вновь вино наливают тогда, когда рюмка пуста и то с согласия хозяина. Не принято доливать вино в бокалы с невыпитым напитком.

Сидя за столом, не принято греть руки о бокалы, крепко обхватив их обеими руками.

Неприлично вставать из-за стола раньше других. Завершает застолье хозяйка. Она кладет салфетку на стол и поднимается из-за стола. Ей следуют гости. Мужчины помогают дамам, отодвигая их стулья. При этом неприлично что-либо доедать или допивать. Вставая из-за стола, мужчины ставят стулья в первоначальное положение.

Все присутствующие на приеме во главе с хозяйкой и почетным гостем переходят в гостиную, где подается кофе, чай, коньяк, ром, ликер.

В гостиной мужчины не обязаны ухаживать за бывшими соседками по столу. Кофе можно пить и стоя.

8.6. Этикет еды

Холодную закуску едят с помощью среднего столового прибора. При этом вилку держат в левой, нож – в правой руке. Хлеб из хлебницы берут левой рукой, кладут на пирожковую тарелку, отламывают небольшой кусочек его и отправляют в рот. Хлеб не берут вилкой или каким-либо другим столовым прибором.

На приемах с рассадкой гостей за столом бутерброды не подают. Их делают сами гости за столом. При этом нож для масла лежит на пирожковой тарелке справа. Им масло не берут, а намазывают его на хлеб.

Канapé подают во время фуршетов. Их едят без столовых приборов. Сэндвичи, наоборот, не берут руками. Салаты всегда едят с помощью столовых приборов.

Огурцы, помидоры, редиска должны быть небольшого размера. Их берут с блюда левой рукой и кладут на свою закусочную тарелку; едят их с помощью ножа и вилки.

Салат кладут специальной ложкой для салата. Едят его с помощью трехзубой салатной вилки или закусочной четырехзубой вилки. Салатники со стола убирают перед подачей десерта, то есть салат можно использовать в качестве гарнира.

Раньше картофель разламывали на кусочки с помощью вилки. Современный этикет разрешает картофель есть с помощью ножа и вилки. Горячий картофель мягкий, но остывший – твердый.

Суп из тарелки едят столовой ложкой, из чашки – десертной.

Жареную рыбу едят, используя специальный рыбный прибор.

Горячие мясные блюда (лангет, эскалоп и др.), за исключением блюд из рубленого мяса (котлеты, рулет, бифштекс и др.) и нарезанных кусочками (гуляш, беф-строганов, азу и др.) едят с помощью большого столового прибора. При этом отрезают небольшой кусочек мяса, съедают его и так поступают до тех пор, пока не съедят все блюдо.

Блюда из курицы и другой птицы едят с помощью ножа и вилки. Кости складывают на край своей тарелки.

Сыр подают либо нарезанным на ломтики, либо не нарезанным. В последнем случае кусок сыра лежит на специальном плоском фарфоровом подносе, рядом находится нож для отрезания сыра. Гость отрезает 1-2 ломтика сыра и кладет его на середину своей тарелки.

Торт подают на стол нарезанным. Едят его с помощью специальной трехзубой вилки.

Мороженое едят из креманки с помощью лопаточки.

Лимон, поданный к чаю, берут двузубой вилкой, кладут в чашку, затем отжимают с помощью чайной ложки и кладут на край блюда, справа. Его не едят.

Если в начале чаепития лимон не вынимали из чашки, то его не вынимают вообще, оставляют в чашке.

Сахар рафинад берут специальными щипцами, конфеты также. При отсутствии щипцов конфету кладут на свою тарелку, затем отправляют в рот. С коробки есть не принято.

Много вопросов возникает за столом, когда надо есть фрукты, ягоды.

Фрукты кладут в вазу в целом виде. Из вазы их берут левой рукой.

Взяв грушу или яблоко из вазы, помощью ножа фруктового или десертного очищают плод от кожицы. Разрезают его на две половинки, затем на две четвертушки. Вырезают из них сердцевину (зерна) и едят с помощью вилки, отрезая по кусочку. Съев одну половинку, принимаются за вторую. Поступают идентично.

С мандарина кожица снимается без затруднений. У апельсина надо надрезать кожицу в виде полосок и снять их. Апельсин разделяют на дольки и едят его, как мандарин.

Сросшиеся бананы разделяют друг от друга на кухне. На стол подают отдельные бананы. С вазы берут банан, надрезают его со стороны соцветия, снимают кожуру. Кладут ее на край, очищенный банан – на середину десертной тарелки.

Крупные красивые грозди винограда ставят на стол в вазе. Около нее кладут ножницы. Гости от грозди отрезают кисточки винограда и кладут на свою тарелку. Затем отрывают по одной ягоде и отправляют в рот. Семена и твердую кожицу вынимают изо рта с помощью чайной ложки и кладут на край тарелки. Так же поступают, когда едят черешню, вишню и др.

Клубнику, поданную с чашелистиками, берут за «хвостик», обмакивают в сахарной пудре и едят. Чашелистик кладут на край тарелки. Очищенную клубнику кладут в креманку, посыпают сахарной пудрой и едят. Могут быть поданы взбитые сливки. Так же едят малину, ежевику и др. .

Арбузы подают нарезанными, неочищенными. Ломоть кладут плашмя, чтобы было удобно выбирать семечки. Едят арбуз с помощью фруктовых вилки и ножа. Семечки кладут на край тарелки.

Дыню разрезают и очищают косточки на кухне. Подают ее в виде ломтиков, которые ставят на кожуру. Гость отрезает от ломтя по кусочку и отправляет его в рот.

Киви очищают, затем едят с помощью вилки и ножа, постепенно отрезая кружочек за кружочком от плода.

8.7. Презентации

Презентация (лат. praesentatio – представление) - официальная церемония представления общественности чего-либо нового (например, книги, товара, фильма, учреждения); открытие, премьеры, показ (моды и т.д.), торжественное начало (какой-либо деятельности и т.п.). Например, цель презентации

организации (акционерного общества, общественного движения и т.п.) - рекламирование организации, ее миссии, стратегии, целей, создание благоприятной репутации в глазах присутствующих представителей средств массовой информации (СМИ) и деловых кругов;

продукта (товара) – распространение информации о новой впервые выпускаемой продукции, или, о новом, впервые поступающем в продажу товаре, представление качеств (свойств) этой продукции (товара), условий выпуска и продажи, ознакомление присутствующих на презентации с особенностями транспортировки, хранения продукции (товара) и спецификой ее (его) применения;

проекта – информирование деловых кругов, общественности, СМИ о новом проекте (программе), затрагивающем интересы различных групп населения; формирование положительного отношения и заинтересованности у лиц, которые могут оказать проекту материальную поддержку;

объема выполненных работ - ознакомление узкого круга людей (например, акционеров) с результатами, объемами и стоимостью работ;

плана работ - информирование круга лиц, имеющих прямое отношение к будущим работам, о том, что будет сделано в определенный период, описание будущих работ, сведения об исполнителях, предполагаемые результаты, средства, которые необходимо будет израсходовать.

Для подготовка и успешного проведения презентации требуется участие многих специалистов: по дизайну, оформлению, аранжировке помещения, экспозиций и др., по деловой

риторике; по сервировке стола, составлению меню и др. В соответствии с требованиями современного делового этикета необходима протокольная группа и др.

План подготовки презентации состоит в следующем:

- определение цели презентации;
- составление списка и анализ состава приглашенных на презентацию;
- разработка плана презентации;
- выбор метода представления продукта (услуг), проекта и пр.
- подбор демонстрационных материалов;
- подготовка выступлений;
- подготовка к ответам на вопросы.

Презентация является началом дальнейшего рассмотрения и обсуждения объекта. .

Если после презентации у тех, кому она адресована появится объект прошла успешно.

Роль презентации в деятельности современной организации трудно переоценить.

9. ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

9.1 Национальные особенности делового общения

Каждый народ имеет свои обычаи, традиции, культуру, политическое и государственное устройство. По мере развития цивилизации характер ведения переговоров и процессы, связанные с взаимопроникновением национальных стилей общения, имеют большое значение. В основе особенностей делового этикета и деловой этики лежат не только традиции, но и черты национального характера. Незнание национальных особенностей делового общения может произвести на партнеров нежелательное впечатление как на стадии переговорного процесса, так и при реализации тех или иных совместных проектов.

Бизнес делается на экономико-этической основе. Недопустимо нарушать общепринятые правила предпринимательства в коммерции. Порядочность – визитная карточка предпринимателя.

Главный показатель эффективного предпринимательства – практические результаты: получение прибыли, профессиональное удовлетворение, утверждение положительной репутации в обществе, среди партнеров, создание денежного фонда прочности фирмы или предприятия.

Чтобы преуспеть в сфере бизнеса шведские деловые люди, как правило, стараются овладеть несколькими иностранными языками, в первую очередь – английским и немецким.

Отправляясь за границу, следует познакомиться, хотя бы в общих чертах с национальными обычаями и традициями, характерными особенностями посещаемой страны. Например, при организации и ведении переговоров следует учитывать, что итальянские бизнесмены достаточно чувствительны к соблюдению основных правил деловой этики. В Кувейте нет ночных клубов. Открытые двери рабочих помещений у американцев воспринимаются как норма, у немцев – как высшая степень беспорядка. Американцы, японцы привыкли работать в просторных помещениях, где все на виду, а немцы, наоборот, при закрытых дверях. Громкий разговор американца или итальянца может быть воспринят англичанином как проявление невоспитанности.

В Швеции не принято называть партнера по имени до тех пор, пока он сам не предложит. В Италии, в Анголе визитные карточки используются мало, а в Колумбии их вручают даже швейцару. В Израиле деловых людей приглашают на ужин. Рабочие темы израильтяне обсуждают за столом, а венгры - в офисе. Венгерский участник переговоров практически всегда считает себя аристократом и стыдится вести мелочный торг. Многие деловые вопросы финны решают в ресторане или сауне

В Норвегии почетный гость на приеме сидит справа от хозяйки, а в Китае он первым пробует блюдо и первым выходит из-за стола.

Представители деловых кругов должны не только хорошо знать правила этикета, но и неукоснительно соблюдать их в своей практической деятельности.

9.2. Европейская деловая культура

9.2.1 Англия

Англичане характеризуются деловитостью, почитанием собственности, традиций, вежливостью, законопослушанием. Деловые люди Англии самые квалифицированные в европейском мире бизнеса. Они получают профессиональную и психологическую подготовку, обучаясь в специализированных учебных заведениях, где тщательно прорабатываются тактика и стратегия деловых переговоров. В беседах англичане ценят умение слушать, в деловых отношениях – пунктуальность. Пунктуальность – жесткое правило английского стиля общения. Давней английской традицией является сдержанность в суждениях как знак уважения к собеседнику.

Соблюдение формальностей – это стиль жизни англичан. Обращаться к ним по имени можно только после получения на то специального разрешения.

Англичане ввели процедуру рукопожатия в деловой протокол.

При знакомстве с англичанами приоритет будет отдан клиенту, поскольку он – лицо более важное.

Английский стиль ведения переговоров характеризуется тем, что английские бизнесмены мало времени уделяют подготовке переговоров. Они считают, что во время переговорного процесса может быть найдено наилучшее решение. Переговоры они ведут, привлекая многочисленный справочный и статистический материал, просчитывая каждую позицию, фиксируя каждую деталь, чтобы уменьшить степень риска при принятии решения.

Работа с английскими бизнесменами требует предварительного изучения, хотя бы в общих чертах, фирменной структуры рынка того или иного товара, примерного уровня цен и тенденции их движения, получения сведений об интересующей фирме и ее работниках.

Английский бизнесмен очень наблюдателен, является хорошим психологом, и не приемлет как фальши, так и сокрытия слабой профессиональной подготовки. Он делится своими знаниями и опытом с другими бизнесменами, часто раскрывает секреты своего ремесла, умело вводит в тонкости того или иного рынка.

При всей своей приветливости, доброжелательности, готовности помочь англичане остаются непоколебимыми во всем, что касается соблюдения каких-то правил, а тем более законов.

Одежда в Англии отличается строгостью. Женщины на службе носят костюмы и платья. Мужчины – костюмы и галстуки.

Говорить о делах после окончания рабочего дня ни только не принято, а считается дурным тоном.

Англичане научили мир, как корректно вести себя за столом, поэтому они очень серьезно соблюдают эти правила. При этом не обращаются к людям, если им не были представлены.

Приглашенные на обед обязательно должны быть в смокинге, на официальный вечер – во фраке.

Из крепких напитков англичане употребляют джин и виски. У них не принято произносить тосты и чокаяться. Перед тем как выпить они произносят «чиэз».

Во время разговоров за столом следует избегать тем, касающихся королевской семьи, политики, вероисповедания, частной жизни, финансовых отношений, Северной Ирландии.

Шотландцев и ирландцев в Англии называют «британцами», но не «англичанами».

В Англии многое решается за чаем. Его подают после полудня. Чай пьют черным с 1-2 кусочками сахара, с молоком, но не со сливками. Чаепитие может закончиться рюмочкой шерри, которой отмечают состоявшееся знакомство.

Англичанин может пригласить своего будущего партнера на ланч. Отказываться не принято, но в знак уважения следует поинтересоваться, каким временем располагает хозяин. Приглашение в дом – знак особого расположения. В гостях в английском доме не принят обмен визитными карточками.

Рекомендуется поддерживать дружеские отношения с людьми, с которыми вели когда-то переговоры. Их поздравляют с днем рождения, знаменательными датами, с праздниками.

Старые традиционные церемонии важны и показательны.

13 – несчастливая цифра. Цифра 12А означает 13.

14 июня в Англии – национальный праздник

Англичанам дарят календари, фирменные ручки, записные книжки, зажигалки, на Рождество – алкогольные напитки. Дорогие подарки в Англии не приняты.

9.2.2 Франция

Родина французов считается законодательницей в деловом протоколе и этикете. Французы очень галантны, изысканны, стремятся придерживаться этикета. Французская нация – одна из самобытных наций в Европе, с богатой историей и культурой. Французский язык был языком дипломатической переписки и международного общения. Это сказалось на чертах национального характера, особенностях французского стиля делового общения. Они стараются избегать рискованных финансовых операций.

Французам свойственен крайний национализм. Они скептически, расчетливы, хитроумны, находчивы, болезненно реагируют на использование английского или немецкого языка во время деловых встреч, переговоров. Однако бизнесмены Франции восторженны, доверчивы, великодушны. Они любят и умеют блеснуть словом. Разговор у них носит непринужденный характер и идет с исключительной быстротой.

Французы искусножимают руки. Рукопожатие их имеет много оттенков: дружеское, горячее, снисходительное, холодное, небрежное и др.

Национальная традиция французов – французская кухня. Она составляет предмет их национальной гордости.

Оставлять еду в тарелке у них не принято. Подсаливать блюдо за столом расценивается как неуважение к хозяевам. Никаких специй на стол не ставят.

Французы приветливы, разговорчивы, эмоциональны, расчетливы и бережливы. Несмотря на общительность, предпочитают работать в одиночку. Любят судить других, но критику в свой адрес не принимают.

Деловые люди Франции в поведении более раскованы и открыты для собеседников. Французы коммуникабельны, изысканны, обходительны, стремятся придерживаться этикета, родиной которого является Франция. Такие исторически сформировавшиеся культурные традиции, как интеллигентность, стремление к свободе и независимости, любовь к философии, изящным искусствам, риторике, также накладывает отпечаток на поведение современных деловых людей. Ими очень ценятся интеллект, умение изъясняться, точно формулировать условия контрактов и сделок.

Во Франции при деловом знакомстве вручают визитную карточку. В ней рекомендуется указать, какое высшее учебное заведение бизнесмен окончил. Для французов образование крайне важно. Если на встрече с французской стороны присутствует несколько человек, то визитная карточка вручается лицу, занимающему более высокое положение.

Одежда гостей должна быть высокого качества, из натурального материала. Ничего не должно быть из синтетики.

Во Франции многие важные решения принимаются не только в служебном кабинете, но и за обеденным столом. Деловые приемы могут быть в форме коктейля, завтрака, обеда или ужина. О делах принято говорить только после того, как подадут кофе.

Французы не любят с ходу обсуждать вопрос, который интересует их больше всего. К нему подходят постепенно, после длинного разговора на нейтральные темы, как бы вскользь. Не касаются вопросов религии, политики, семейного положения, проблем, связанных с положением на службе, доходами, расходами. Их договоры конкретны, лаконичны, точны. Французские бизнесмены искусно отстаивают свою позицию, но не склонны к торгу. Зачастую они не имеют «запасной» позиции, не любят вносить изменения в ходе переговоров.

К деловым переговорам готовятся тщательно; досконально изучают все аспекты и последствия поступающих предложений.

Деловые переговоры обычно начинаются в 11 часов. Через полтора часа участникам переговоров предлагается завтрак с аперитивом.

Французы высоко ценят знание искусства, особенно французского.

В ходе первой встречи не принято вручать деловому партнеру сувениры (художественные альбомы и др.).

Приглашение на ужин – высокая честь для гостя. Следует прибыть на него на пятнадцать минут позже назначенного времени. В качестве подарка уместны цветы (кроме белых и хризантем,

выражающих скорбь), бутылка шампанского (выработки провинции Шампань) или вино дорогих марок. Крепкие напитки французы пьют очень редко.

Зайдя во французский ресторан, снимают головной убор и пальто. По окончании еды берут счет, в который включены чаевые, если нет, то к счету прибавляют 10 %.

В ресторанах счет подается на тарелке под салфеткой. Деньги так же кладут под эту же салфетку.

9.2.3 Германия

Немцы, как и французы, расчетливы и бережливы, более надежны, точны, но уступают французам в чувстве юмора и сердечности. Им свойственен свободный образ мыслей и огромное гражданское мужество. Они скептически, отличаются серьезностью, немногословием и сдержанностью, никому не уступают в педантичности. Немцы высоко ценят профессионализм. Деловые люди коммуникабельны, любят повеселиться, развлечься. Спешка у них вызывает неодобрение. Все встречи немцы назначают заблаговременно.

Переговоры не проводятся до 10 часов утра и после 16 часов вечера. До настоящих переговоров немного беседуют об общих вопросах. Немецкий бизнесмен не любит терять время. Когда говорят о бизнесе, сразу переходят к делу. На переговорах ко всем обращаются на «вы», даже к тем, кого в повседневной жизни называли на «ты». В Германии решения принимает высшее руководство предприятия. Немцы часто прибегают к помощи юриста.

Стиль руководства – авторитарный и иерархический. До вершин руководства нужно пройти длинный путь. На руководящих постах много пожилых людей.

У них не принято приглашать деловых партнеров домой. Но если пригласили в гости в немецкий дом с собой берут букет цветов, исключая розы, так как подарок роз означает, что гость влюблен в хозяйку. Чтобы подарить вино хозяйке, нужно знать его вкус. По этой причине вино не следует дарить.

Цветы дарят во время первого визита в дом и на юбилеи.

При знакомстве с немцами важны чины и титулы. Титулам в Германии придается большое значение. Замужней женщине присваивается титул мужа. До начала переговоров уточняют титул каждого члена делегации. В Германии принято называть титул каждого, с кем разговаривают. К переговорам готовятся тщательно. Вступают в переговоры только тогда, когда уверены в возможности нахождения решения.

При деловом общении не приняты подарки, хотя российские бизнесмены приезжают с подарками. Во время посещения деловых партнеров можно вручить им небольшой сувенир. Чаще всего подарки вручаются на Рождество или к какому-нибудь юбилею. Подарки не вручаются в ходе установления деловых отношений, а также не приняты подарки личного характера.

Немцы одеваются строго. От мужчин не требуется непременно темный костюм. Для женщин исключаются брюки. Традиционный темный костюм по-прежнему наиболее подходящая одежда для деловых встреч, хотя и наблюдается изменение в сторону более свободной одежды.

9.2.4 Испания

По своему характеру испанцы серьезны, открыты, галантны, человечны, обладают большим чувством юмора и способностью работать в команде. Каждая из семнадцати провинций Испании дополнительно накладывает свой отпечаток на характер жителей. Существуют значительные различия в культуре и образе поведения между представителями различных районов страны. К делу и людям у испанцев отношение эмоциональное.

О прибытии в страну сообщают партнерам. Не назначают встречу в полдень – час сиесты (обед).

Коммерческие связи с крупными испанскими фирмами традиционно строятся по иерархическому принципу. Необходимо выходить на ответственных руководителей, принимающих соответствующие решения. Заметное влияние могут иметь также высокопоставленные чиновники, епископы, управляющие компаниями. Весьма часто они обладают большой автономией в принятии решений. В переговорах принимают участие партнеры равного статуса. Начинаются переговоры с обсуждения погоды, спорта, достопримечательностей

города и т.д. Регламент встреч часто не соблюдается, так как испанцы многословны. Визитные карточки нужно иметь на испанском и английском языках.

В Испании не принято приглашать деловых партнеров домой. Однако, если такое приглашение последует, то это считается высокой честью. В гости приходят с цветами, коробкой конфет, шампанским и др. в качестве подарка. Цветы в качестве подарка не так популярны, как в России. Не следует забывать, что у испанцев 13 – несчастливая цифра, вторник 13 – несчастливый день. В Испании 12 октября – национальный праздник.

Принято правильно пользоваться столовыми приборами. Еду на тарелке гости не оставляют. При всем разнообразии ассортимента напитков, предлагаемых на званых ужинах, важнейшим требованием является умеренность в их употреблении.

За столом приветствуются любые восторженные комментарии по поводу качества блюд и напитков. Испанцы – хорошие собеседники на любую тему. Наиболее подходящими темами для застольной беседы могут быть вопросы искусства, литературы, туристских достопримечательностей, спорта. Не принято говорить о корриде, религии, режиме Франко и т.д.

9.3. Североамериканская деловая культура

9.3.1. Соединенные Штаты Америки

Национальная культура граждан США молода, однако можно отметить такие ее особенности, сходные с чертами национального характера американцев, как ориентация на индивидуализм в человеческих взаимоотношениях, на сильную личность в практической деятельности, а отсюда стремление к единоличным решениям.

Американские бизнесмены отличаются высокой деловой активностью. Самая большая их ценность – это индивидуальная свобода, неприкосновенность личности. Американцы ценят трудолюбие, бережливость, предприимчивость, трезвость мышления, самосовершенствование и прагматизм.

Прагматизм американцев проявляется в том, что при деловых беседах, на переговорах они концентрируют свое внимание на проблеме, подлежащей обсуждению, причем стремятся выявить и обсудить не только общие подходы к решению, но и детали, связанные с реализацией договоренностей.

Американцы считают, что они хорошо разбираются в бизнесе любой страны. Они часто проявляют эгоцентризм* в технологии делового общения и считают, что партнер должен руководствоваться их правилами. Их интересуют только реальные и конкретные проекты. Они всегда хорошо осведомлены и компетентны во всех вопросах предстоящих переговоров. Характерная для них самостоятельность дает возможность легко принимать решения. Американский стиль ведения переговоров характеризуется достаточным профессионализмом. Они не терпят длительных затяжек в ведении переговоров.

Американский бизнесмен на переговорах придерживается трех правил: анализируй, разделяй обязанности, проверяй исполнение.

Американские бизнесмены отличаются высокой деловой активностью, большими способностями в борьбе за прибыль, стремлением утвердить свое превосходство, исключительной уверенностью в себе, стойкостью, выживаемостью, склонностью к риску. Переговоры ведут единолично или малыми группами.

При заключении контракта американцы проявляют значительную напористость и агрессивность. По их мнению, они обладают более сильной позицией, нежели их будущие партнеры.

Для достижения успехов в американском деловом мире следует придерживаться определенных правил и изучить все тонкости американского бизнеса. Они внесли в практику делового общения значительный элемент демократизма и прагматизма.

Американцы как деловые партнеры приучены дорожить данным словом, оправдывать доверие партнера, прибегать к юридическим формам защиты, очень тщательно составлять документы, уважать профессионализм, высокую компетентность, точно соблюдать сроки и обязательства, решать в первую очередь принципиальные вопросы, а доработку деталей поручить исполнителям рангом ниже и юристам.

9.3.2. Канада

Канада – высокоразвитая индустриально-аграрная страна. Ее населяют англо-канадцы, франко-канадцы, коренное население – индейцы и эскимосы. Официальный язык – английский и французский. Верующие – протестанты и католики. Канада – федерация в составе 10 провинций и 3 территорий.

Атмосфера бизнеса – европейская. На востоке (в первую очередь во франко-говорящем Квебеке) особенно проявляется французская культура, основанная на осознании своего достоинства. На юге (в Онтарио и прилегающих к нему районах) американский тип культуры. На западе (Британская Колумбия) очень интернациональный и открытый тип культуры, признающий и другие ценности, кроме деловой жизни.

Встречи начинаются в назначенное время. Стиль руководства колеблется от сосредоточенного на руководителе до демократичного, с групповым принятием решения. Женщины занимают высокие посты. Роль женщины выросла в последнее время.

Канадцы ценят, когда иностранцы знают их политику и актуальные события, но не приветствуют, когда иностранцы говорят о противоречиях между англо- и франкоязычным населением. Нецелесообразно высказывать симпатии к той или иной стороне.

1 июля – День независимости Канады.

Хорошая тема для разговора – спорт. Основные виды спорта хоккей и бейсбол.

Представительские мероприятия в основном проходят в ресторанах. Приняты встречи за ленчем. Вечерние представительские мероприятия организуют дома. Во время обеда не курят. За трапезой пьют чаще всего вино и пиво. В Канаде соблюдается старинный англо-европейский застольный этикет.

При визитах приняты цветы. Они чаще посылаются либо до, либо после визита в знак благодарности за приглашение или гостеприимство. Букет цветов для хозяйки обязателен.

За угощение не принято благодарить, благодарят за гостеприимство.

С канадцем можно разговаривать на любую тему. Однако не нужно сравнивать США и Канаду. Беседа с незнакомыми людьми происходит спонтанно и является обычной. Сразу переходят на «ты». Лучшие друзья делают лучший бизнес. В деловой жизни обращение на «ты» сочетается с уважением к партнеру.

Хорошая одежда является частью имиджа преуспевающего бизнесмена. В бизнесе принят темный костюм, в свободное время – элегантная одежда.

9.4. Деловая культура Востока и арабских стран

9.4.1. Япония

Вся жизнь японцев насыщена многообразными церемониями и подчинена строгому протоколу.

При знакомстве они обмениваются визитными карточками. Очень важны статус, занимаемая должность вручающего визитку. Визитные карточки, как правило, вручаются двумя руками, текстом вверх. Но если статус японского бизнесмена ниже, то визитку у него принимают одной рукой, правой. В противном случае японский бизнесмен будет смущен. Считается, при общении с нижестоящим партнером, японец уронит свой авторитет в глазах других предпринимателей; высокая должность партнера показывает

японцу, что выбранная им фирма не котируется в деловом мире. Поэтому японцы очень щепетильно относятся ко всему, что касается их социального положения. Зная уровень представительства с японской стороны, обеспечивают такой же уровень - с другой.

Японцы очень радушные люди. Радушие, тем не менее, не означает дружбу.

На представительских мероприятиях в Японии присутствуют только мужчины. На развлекательных мероприятиях жены обычно не присутствуют.

Рукопожатия в Японии не приняты. Здесь низко кланяются. Совершают 15, 45, 75 и 90 поклонов. Чтобы произвести хорошее впечатление кланяются 45 раз. Самую уважаемую личность приветствуют 90 поклонами.

В Японии распространен авторитарный стиль руководства, основанный на субординации. Однако многие решения принимаются коллегиально. Рабочее время – одно из самых длинных в мире. Многие работники не уходят с работы до того, как уйдет их шеф. Порядочный японец, порой, отказывается от отпуска, несмотря на то, что он и так короткий.

В Японии можно говорить о работе после окончания рабочего дня.

Деловые контакты японцы предпочитают налаживать через посредников, а не с помощью писем и телефонных звонков. Они стремятся установить личные взаимоотношения, поэтому первый контакт они считают лучше осуществлять по рекомендации известного японской фирме лица.

В Японии площадка для игры в гольф используется для переговоров так же, как сауна в Финляндии.

Японцы внимательно слушают, кивают головой, что не означает согласие, а лишь то, что они поняли собеседника. Впечатление, что для японцев важнее сам процесс переговоров, чем результат, обманчиво. Это лишь стремление создать атмосферу сотрудничества, что не так-то просто с незнакомыми людьми, тем более представителями другой культуры; поэтому решение проблем начинается с простых вопросов, по которым нетрудно прийти к согласию, а деловые встречи происходят в неформальной обстановке.

Выращивание цветов и составление букета - в Японии вид искусства. Поэтому при приглашении в дом цветы не дарят, так как хозяйка уже приготовила в честь гостей икебану.

9.4.1. Корейская республика (Южная Корея)

Корейцы – трудные деловые партнеры. С ними невозможно наладить контакт с помощью телефонного звонка или письма. Необходима личная встреча, о которой договариваются через посредника, который может представить интересующую корейского бизнесмена фирму, ее направленность, статус руководителя и других работников. Если на просьбу о встрече корейцу ответили уклончиво, он может прийти в офис, так как неопределенность он принял за готовность встретиться. Без личного контакта, без личного общения в Корее не решается ни одна проблема. Там сильна конфуцианская мораль, согласно которой в межличностных отношениях следует учитывать чувства другого, уважать его права.

При обращении к корейцу перед фамилией всегда ставят Мистер или Миссис.

Корейцы вежливы, общительны, открыты, этого они ждут и от собеседников, партнеров. Они гостеприимны и устраивают своим гостям необыкновенно теплые, излишне роскошные приемы. Они хотят ближе познакомиться с иностранным деловым человеком.

Национальный праздник Корейской Республики – 15 августа.

В Корейской Республике принято снимать туфли при входе в дом или ресторан.

Большое значение придается визитной карточке. Она вручается и принимается правой рукой. Корейцы считают, что нет человека, если у него нет визитной карточки. На корейских визитных карточках, обычно, первой пишется фамилия, затем имя, хотя бывает наоборот. Поэтому лучше сразу уточнить у собеседника его фамилию.

В своем поведении на переговорах корейские бизнесмены всегда стремятся к логической последовательности и четким взаимосвязям. Они склонны к простоте и не любят абстрактных рассуждений. Свои предложения излагают четко, конкретно указывают пути их решения. Они не говорят открыто о своем несогласии с партнером и не доказывают свою правоту. Но если корейская сторона принимает положительное решение, она готова немедленно действовать. Разочарование может вызвать отсутствие у партнеров полномочий принимать ответственные решения.

Часто корейскому бизнесмену нравится товар, который он покупает, но еще важно, чтобы ему понравился лично тот бизнесмен, который данный товар ему продает.

Качество товаров Южной Кореи почти лучшее в мире, а цена на 20 – 30 % ниже. Большая часть бизнеса сосредоточена в семейных конгломератах.

Неформальное отношение к иностранцам в Корее не принято. Слово «нет» у корейцев не используется.

Не принято пользоваться красной ручкой для подписания договора.

Большое значение в Южной Корее имеет наличие родственников или друзей среди высокопоставленных чиновников.

В Южной Корее существует строгая система должностей и рангов. У них не принято курить в присутствии старших по должности и возрасту.

Огромное внимание уделяется вопросам этикета. Неформальное общение не принято с иностранцами.

Корейцы ценят, когда гости знают корейскую культуру, историю. Изучение корейской культуры и адаптация к ней практически невозможны для иностранца.

В соответствии с протоколом одежда для деловых мужчин - строгий костюм, преимущественно темный, белая сорочка, галстук. Для деловой женщины в служебной обстановке исключаются брюки.

Национальный символ Кореи – корейский тигр.

9.4.3. Китай

Перед тем, как назначить переговоры с китайскими партнерами, за 3-4 недели следует направить свои предложения для досконального изучения всех аспектов, так как важные решения принимаются коллегиально, с многочисленными голосованиями.

Китайский стиль ведения коммерческих переговоров характеризуется четким разграничением отдельных этапов: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап.

При деловом знакомстве обмениваются визитными карточками. При этом реквизиты фирмы нужно указать на обратной стороне визитки на китайском языке.

При приветствии в Китае принято обмениваться рукопожатием. При этом вначале жмут руку наиболее высокопоставленного лица.

На начальном этапе переговоров значительное внимание уделяется внешнему виду партнеров и манере их поведения. На основе этого делаются попытки определить статус каждого участника. Ориентируются на людей более высокого статуса. Выделяют людей, выражающих симпатии их стороне, чтобы впоследствии через них можно было оказать влияние на противоположную сторону.

Китайская сторона, как правило, обладает хорошо подготовленными специалистами в коммерческом отношении и опытными кадрами. Они располагают обширной информацией и в процессе переговоров ссылаются на ранее заключенные выгодные для себя контракты.

Женщины в бизнесе равноправны с мужчинами.

В Китае не принято приносить цветы хозяйке.

Окончательные решения принимаются китайским партнером не за столом переговоров, а дома или в ресторане, где будет подано не менее 25 блюд. Гость должен понемногу все попробовать. Демонстративно отказываться нельзя. Гость встает из-за стола первым.

Подарки принято делать всей организации, а не определенному лицу.

1 октября – юбилей революции Китая.

Одобрение достигнутых договоренностей со стороны руководства практически обязательно. Большое значение китайская сторона придает и выполнению достигнутых договоренностей. Китайцы долго обдумывают принятие решения. Когда решение принимается, слово становится настолько твердым, как и договор на бумаге.

9.4.4. Арабские страны

Для арабов одним из важнейших элементов переговоров является установление доверия между партнерами. Для бизнесменов арабских стран характерно чувство собственного достоинства, уважение и корректное отношение к своим коллегам. Работают они сообща, по тому или иному вопросу стараются выработать коллективную точку зрения. У них сильны местные национальные традиции. Эта их особенность сказывается при ведении переговоров. Они чувствительны к вопросам, связанным с национальной независимостью. Например, поцелуй кончиков пальцев обозначает высочайшую похвалу. Чтобы попросить тишины в Саудовской Аравии, нужно дуть на кончики пальцев.

Один из арабских стилей общения – египетский.

Египет – древнейший очаг человеческой цивилизации. Для египтян характерно чувство национальной гордости, следование историческим традициям своей страны. Другая черта египтян – это принятие сильного правления, третья - жесткие и довольно развитые административные правила поведения. Эти особенности египтян сказываются при ведении ими переговоров. Они болезненно реагируют на вопросы, связанные с национальной независимостью. Отвергают все то, что рассматривается как вмешательство в их внутренние дела.

Во время переговоров арабы часто задают вопросы относительно здоровья партнера и здоровья его семьи. Следует ответить на них кратко, но подобных вопросов не задавать. Из всех типов взаимодействия с партнерами арабы предпочитают торг.

Арабы – вежливые люди. Почти все бизнесмены говорят по-английски и по-французски. Визитные карточки имеют на английском и арабском языках.

В арабских странах иностранец не может обращаться с вопросами или просьбами к женщине, так как это считается неприличным. Все деловые контакты проходят только с мужчинами. Почти все арабские женщины не занимают никакого положения в деловой жизни.

В Ираке женщины занимают руководящие посты чаще всего в государственных организациях.

В Иране, Пакистане, Сирии, Саудовской Аравии, Омане, Судане женщины в бизнесе не играют никакой роли. В Объединенных Арабских Эмиратах женщина в бизнесе теоретически, на практике женщина в деловой жизни – редкое явление.

В Египте женщины в бизнесе постепенно появляются, причем более подготовленные, чем мужчины. Но пока женщина там работает, как правило, в должности секретаря.

В Иране женщинам руки не подают и в глаза не смотрят. В бизнесе они не играют никакой роли.

Отдавая дань традиции, арабский бизнесмен при первом знакомстве любезен. Последующая встреча, беседа может проходить менее радушно. Арабы не дают четких ответов «да» или «нет», а выражаются типа: «Как Аллаху будет угодно». В их поведении сильны исламские традиции, которые оказывают влияние на ход и характер переговорного процесса.

В Египте стиль руководства – патриархальный. Один человек решает все, несмотря на то, что на переговорах присутствует много народа.

В арабских странах предпочитают кофе без сахара, очень крепкий, с большим количеством кардамона. Выпив чашечку кофе, поблагодарив хозяина, гостю еще наливают кофе. И так будет продолжаться до тех пор, пока гость не выпьет кофе из одного кофейника. Чтобы такого не произошло, гостю нужно перевернуть чашку вверх дном или покачать ею из стороны в сторону. Еду за столом принято брать только правой рукой, левая – считается «нечистой». Блюдо будет убрано со стола, если гость взял из него еду левой рукой.

Когда перед кофе предлагают прохладительные напитки, это означает, что встреча подходит к концу.

Правой рукой обмениваются визитными карточками, протягивают деньги или подарок. Левая рука считается «нечистой», так что, не зная этого, собеседнику можно нанести оскорбление.

Если хотят делать бизнес с арабами, не сидят, положив ногу на ногу так, чтобы была видна подошва.

Не следует посылать цветы чужим женам и справляться об их здоровье.

В соответствии с правилами этики и этикета мусульмане все деловые контакты в течение дня прерывают пять раз для совершения намаза (молитвы).

В дни национальных праздников деловые переговоры или деловые приемы не назначаются.

1 января – национальный праздник Судана.

11 февраля – национальный праздник Ирана.

25 февраля – национальный праздник Кувейта.

23 марта – национальный праздник Пакистана.

17 апреля – национальный праздник Сирии.

23 июля – национальный праздник Египта.

12 ноября – национальный праздник Саудовской Аравии

2 декабря – национальный праздник Объединенных Арабских Эмиратов

16 декабря – национальный праздник Бахрейна.

Рекомендуемая литература

1. Баури, Филипп А. Паблик рилейшнз или стратегия доверия: Пер. с фр. / Филипп А
2. Баури. – М.: , 2001. – 178 с
3. Ботавина, Р.Н. Этика менеджмента / Р.Н. Ботавина. – Финансы статистика, 2002.–192с
4. Журавлев, Ю.В. Современный рынок: профессиональная этика участников / Ю.В.Журавлев. – журнал депонированных рукописей, № 4,апрель, 2003.
5. Зеленкова, И.Л. Этика: Учеб. пособие для студентов вузов/ И.Л.Зеленкова, Е.В. Беляева._ 3-е изд., испр.- Минск: ТетраСистемс, 2000.- 368 с.
6. Кибанов,А. Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я. Кибанов, Д.К Захаров, В.Г. Коновалов.- Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 368 с.
7. Корпоративная этика: Учеб. пособие / Авт.-сост. И.Н. Кузнецов.- Изд-во деловой и учебной литературы. 2003. – 480 с.
8. Кузин,Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие для бизнесменов / Ф.А.Кузин. 3-е изд.- М.: «Ось-89», 1999. – 240 с.
9. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста /Г.В. Лазутина. М.: Центр экстремальной журналистики, 2003
- 10.Петрунин, Ю.Ю. Этика бизнеса: Учеб. пособие /Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов.- 2-е изд., М., 2001. – 280 с.
- 11.Сабат, Энн Мэри. Бизнес-этикет / Энн Мэри Сабат.- Пер. с англ. Б.Н. Осетрова.-М.: ФАИР ПРЕСС, 2004.- 240 с.
- 12.Смирнова, Е.Р. Профессиональная этика социальной работы: Учебник / Е.Р. Смирнова.- М. : Издат до Ключ-С, 1999.- 96 с.
- 13.Социальная психология и этика делового общения: Учеб. пособие для вузов / В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, Н.А. Нартов и др.; Под общей ред. проф.
- 14.В.Н. Лавриненко.- М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1995. – 160 с.
- 15.Томилов, В.В. Культура предпринимательства / В.В. Томилов.- СПб.: Питер, 2000.- 368 с.
- 16.Цвык, В.А. Профессиональная этика социолога: Учеб.пособие / В.А.Цвык.- М. Изд-во РУДН, 2002._ 132 с.
- 17.Честара, Дж. Деловой этикет /Дж. Честара.- Пер. с англ. Л. Бесковой.- М.: Агентство «ФАИР», 1997.- 336 с.
- 18.Шихирев, П.Н. Введение в российскую деловую культуру /П.Н. Шихирев.- М.: ОАО «Типография «Новости», 1999.

ГЛОССАРИЙ

А

Абсолютизм (абсолютная монархия), форма феодального государства, при которой монарху принадлежит неограниченная верховная власть. При абсолютизме государство достигает наивысшей степени централизации, создаются разветвленный бюрократический аппарат, постоянная армия и полиция. Деятельность органов сословного представительства, как правило, прекращается. Расцвет абсолютизма в странах Западной Европы в XVII – XVIII вв. В России абсолютизм существовал в XVIII – начале XX вв.

Аверроизм, направление в западно-европейской философии XIII– XVI в., развивавшее идеи Ибн Рушда (Аверроэса) о вечности и несотворенности мира, о едином, общем для всех людей мировом разуме как субстанциальной основе индивидуальных душ (отсюда следовало отрицание их бессмертия), а также учение о двойственной истине

Академия платоновская, древне-греческая философская школа, основанная Платоном в 387 г. до н.э. в Афинах.

Англиканская церковь, протестантская церковь. В ее догматике сочетаются положения протестантизма о спасении личной верой и католицизма о спасающей силе церкви. По культу и организационным принципам близка католической*. Церковную иерархию возглавляет король.

Апперцепция – понятие философии и психологии нового времени, ясное и осознанное восприятие какого-либо впечатления, ощущения и т.п. введено Г.В. Лейбницем в отличие от бессознательной перцепции.

Апостериори (от лат. a posteriori – из последующего), происходящее из опыта. Понятие теории познания, противоположное априори.

Априори (от лат. a priori – из предшествующего), понятие логики и теории познания, характеризующее знание, предшествующее опыту и независимое от него. Введено в средневековой схоластике в противоположность апостериори. В философии И. Канта априорное знание (пространство и время как формы созерцания, категории) – условие опытного знания, придающее ему оформленный, всеобщий и необходимый характер.

Аскетизм (от греч. askētēs – упражняющийся в чем-либо), ограничение или подавление чувственных желаний, добровольное перенесение физической боли, одиночества и т.п., присущие практике философских школ (например, киников) и особенно различных религий (монашество и т.п.). Целью аскетизма может быть достижение свободы от потребностей, сосредоточенности духа, подготовка к экстатическим состояниям, достижение «сверхъестественных способностей» (йога), в христианстве – соучастие в «страданиях» Христа. Нередкий мотив аскетизма – отказ от пользования привилегиями в условиях общественного неравенства (толстовцы)

Атараксия, понятие древне-греческой этики о душевном спокойствии, безмятежности как высшей ценности. Развито Демокритом, Эпикуром, представителями стоицизма*, скептицизма.

Б

Богословие, то же, что теология.

Буддизм, мировая религия, возникла в Древней Индии и VI – V вв. до н.э. Основателем буддизма считается Сиддхартха Гаутама. Основные направления буддизма – хинаяна и махаяна. В центре буддизма – учение о «четырех благородных истинах»: существуют страдание, его причина, состояние освобождения и путь к нему. Буддизм отрицает потусторонность освобождения. В буддизме нет души как неизменной субстанции – человеческое «я» отождествляется с совокупным функционированием определенного набора дхарм, нет противопоставления субъекта и объекта духа и материи, нет Бога как творца и безусловно высшего существа. В ходе развития буддизма в нем постепенно сложились культ Будды и бодхисатв, ритуал, появились сангхи (монашеские общины) и т.д.

В

Великая Россия, официальное название со 2-й пол. XVII в. Европейской части Русского государства, населенной преимущественно русскими. В царском титуле употреблялось с XVI в..

Как географическое понятие возникло в связи с присоединением Левобережной Украины (Малой России). С XIX в. Великобритания.

Великороссия, официальное название в XIX – начале XX вв. территории Европейской части России, вошедшей в состав Русского государства до середины XVII в., с преобладающим русским населением (ранее Великая Россия). 30 губерний.

Визит вежливости, протокольный визит, который глава делегации наносит принимающей стороне, прежде чем начать деловую часть пребывания. В ходе визита вежливости уточняется программа пребывания делегации.

Визитная карточка, карточка с именем, отчеством, фамилией, указанием служебного положения, адресом, телефоном и другими сведениями о лице, вручающем или оставляющем ее при официальном знакомстве, посещении кого-либо.

Вознесение, один из религиозных двенадцатых праздников, установлен в честь вознесения Христа на небо. Празднуется верующими на 40-й день после Пасхи.

Волонтаризм, направление в философии, рассматривающее волю в качестве высшего принципа бытия. Волонтаризм характерен для философии Августина, Иоанна Дунса Скота и др. Как самостоятельное направление впервые оформилось у Шопенгауэра.

Восприятие, сложный процесс приема и преобразования информации, обеспечивающий отражение объективной реальности и ориентировку в окружающем мире. Как форма чувственного отражения предмета включает обнаружение объекта как целого, различение отдельных признаков в объекте, выделение в нем информативного содержания, адекватного цели действия, формирование чувственного образа.

Г

Гедонизм (от греч. *hēdoné* – удовольствие), направление в этике, утверждающее наслаждение, удовольствие как высшую цель и основной мотив человеческого поведения. В античности развит Аристиппом и киренской школой; у Эпикура и его последователей сближается с эвдемонизмом. В новое время характерен для утилитаризма

Генная инженерия, то же, что *генетическая инженерия*.

Генетическая инженерия, методы молекулярной биологии и генетики, связанные с целенаправленным конструированием новых, не существующих в природе сочетаний генов.

Гербера, травы семейства сложноцветных. Сорты с цветками различной окраски, напоминающие крупноцветную ромашку.

Гость, на Руси до XVI в. крупный купец, торговавший с другими городами или зарубежными странами. Гости некоторых крупных городов объединялись в особые привилегированные корпорации: «Московское сто», «Ивановское сто», «Сурожане» и др.

Грог (англ. *grog*), напиток, приготовленный из рома (или коньяка) и кипятка с сахаром; иногда добавляется лимонный сок.

Д

Даосизм (кит. дао цзя или дао цзяо), китайская религия и одна из основных религиозных школ. Возник в сер. I тыс. до н.э. на основе верований шаманского характера. Философии даосизма присущи натурализм, начатки примитивной диалектики и элементы религиозной мистики.

Дедукция, способ рассуждения, при котором новое положение выводится чисто логическим путем из предшествующих – от общего к частному. Противоположно – индукция*.

Деизм, (от лат. *dues* - бог), религиозно-философская доктрина, которая признает Бога как мировой разум, сконструировавший целесообразную «машину» природы и давший ей законы и движение, но отвергает дальнейшее вмешательство Бога в самодвижение природы и не допускает иных путей к познанию Бога, кроме разума. Получил распространение среди мыслителей Просвещения, сыграл значительную роль в развитии свободомыслия в XVII – XVIII вв.

Деловая беседа, встреча, предполагающая обмен мнениями, информацией, предложениями. В отличие от переговоров беседа обычно не предполагает достижения договоренности.

Деонтология, 1) раздел этики, рассматривающий проблемы долга и должного. Термин введен Бенхамом для обозначения теории нравственности в целом. 2) Учение о юридических, профессиональных и моральных правилах поведения медицинского работника главным образом по отношению к больному.

Диалектика, метод познания природы как вечно движущейся и развивающейся в борьбе внутренних противоречий и противоположностей.

Догма, положение, принимаемое на веру, как непреложная истина, признаваемая бесспорной без доказательств.

Догмат, утвержденное высшими церковными инстанциями положение вероучения, объявляемое церковью непреложной истиной, не подлежащее критике. Систему догмата имеют христианство, ислам, буддизм и др.

Доктрина, совокупность положений, принципов и взглядов из соответствующей области философии, морали, политики и др., свойственная данному мыслителю, общественному деятелю или школе и составляющая основополагающую программу их действия.

Е

Единое, центральное понятие неоплатонизма, трансцендентное безличное первоначало, превышающее все сущее и все мыслимое. Намеченное у Платона, развито Плотиним.

Епископ, в православной, католической, англиканской церквях высшее духовное лицо, глава церковно-административной территориальной единицы (епархии, диоцеза). Иерархическое деление епископов (с IV в.): патриархи, митрополиты (часть из которых имеет титул архиепископа) и собственно епископа.

И

Императив (от лат. imperatives – повелительный), требование, приказ, закон. У И. Канта в «Критике практического разума» – общезначимое нравственное предписание, в противоположность личному принципу (максиме); гипотетический императив имеет силу лишь при определенных условиях, категорический императив – всеобщий обязательный нравственный закон.

Императивность, понятие, фиксирующее повелительный, предписательный характер нравственных требований.

Индивидуация, выделение единичного и индивидуального из всеобщего. Принцип индивидуации – понятие философии Аристотеля, воспринятое томизмом; «первая материя» как основа пространственно-временного разделения, множественности вещей

Индуизм, религия наиболее распространенная в современной Индии. Возникла около V в.

Индуисты, приверженцы индуизма.

Иудаизм, религия, распространенная преимущественно среди евреев. Возникла во II тысячелетии до н.э., является монотеистической с культом бога Яхве. Иудаизм официальная религия государства Израиль.

Иудаисты, приверженцы иудаизма.

Индукция, способ рассуждения, при котором из частных фактов выводятся общие.

Й

Йога, учение и метод управления психикой и физиологией человека, составной элемент религиозной и философской систем Индии, ставящих целью достижение состояния «освобождения» (мокши или нирваны). Признает существование в человеке неосознаваемых сил и возможности управления – через определенную организацию психики – органическими и неорганическими процессами и телами. Разработана система физических упражнений.

К

Категории (от греч. kategoria – высказывание; признак), наибольшие общие и фундаментальные понятия, отражающие существенные, всеобщие свойства и отношения, явлений действительности и познания. Категории образовались как результат обобщения исторического развития познания и практики (например, материя и сознание, пространство и время, причинность, необходимость и случайность, возможность и действительность и др.).

Католики, проповедующие католицизм.

Католицизм, одно из основных направлений в христианстве. Разделение христианской церкви на католическую и православную произошло в 1054 – 1204 гг. Организация католической церкви отличается строгой централизацией, иерархическим характером. Центр католицизма – папство, глава – римский папа. Резиденция его – Ватикан. Источники вероучения – Священное писание и Священное предание. Особенности католицизма (по сравнению с православием):

добавление к «символу веры» (в догмат Троицы) филиокве; наличие догматов о непорочном зачатии девы Марии и ее телесном вознесении, о непогрешимости папы; резкое разграничение между клиром и мирянами; целибат.

Квалификация, уровень подготовленности, степень годности к какому-нибудь виду труда.

Киники, одна из сократических школ древне-греческой философии (Антисфен, Диоген, Синопский, Кратет и др.). Выдвинув идеал безграничной духовной свободы индивида, киники относились с демонстративным пренебрежением ко всяким социальным институтам., обычая и установлениям культуры. Оказала влияние на стоицизм.

Киренская школа, одна из сократических школ древне-греческой философии (IV в. до н.э.). Основана Аристиппом из Кирены. Развила принципы Сократа в направлении последовательного гедонизма.

Клир (от греч. kléros – жребий), в христианской церкви совокупность священнослужителей (священников, епископов) и церковнослужителей (псаломщиков, пономарей и др.); то же, что духовенство.

Конфуцианство, этико-политическое учение в Китае. Основы конфуцианства были заложены в VI в. до н.э. Конфуцием. Выражая интересы наследственной аристократии, конфуцианство объявляло власть правителя священной, дарованной небом, а разделение людей на высших и низших – всеобщим законом справедливости.

Космогония (от космос и ...гония; греч. kosmogonia), раздел астрономии, изучающий происхождение и развитие космических тел и их систем (планет и Солнечной системы в целом, звезд, галактик и т.д.). Наиболее развиты космогонии Солнечной системы (планетная космогония) и звездная космогония.

Л

Либерализм, идейное и общественно-политическое течение в европейских странах в XVII – XVIII вв. и провозгласившее принцип гражданских, политических, экономических свобод.

Логика, наука о способах доказательств и опровержений; совокупность научных теорий, в каждой из которых рассматриваются определенные способы доказательств и опровержений.

Логос, одно из основных понятий древне-греческой философии.; одновременно «слово» («предложение», «высказывание», «речь».) и «смысл» («понятие», «суждение», «основание»). Введено Гераклитом: логос как универсальная осмысленность, ритм и соразмерность бытия, тождественная первостихии огня. В стоицизме – эфирно-огненная душа космоса и совокупность формообразующих потенциалов («семенные логосы»), от которых в инертной материи «зачинаются» вещи. В христианстве логос отождествлен со вторым лицом Троицы.

М

Майевтика (греч. maieutiké, букв. – повивальное искусство), метод Сократа* извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов.

Материя (лат. material), вещество; субстрат, субстанция, содержание. В латинский философский язык термин введен Цицероном* как перевод греческого hýle. Понятие материи как субстрата вещественного мира было выработано в греческой философии в учениях Платона* и Аристотеля*, при этом материя понималась как неформальное небытие (meon), чистая потенция. Сформулированное Декартом понятие материи как телесной субстанции (в противоположность «мыслящей» субстанции), обладающей пространственной протяженностью и делимостью, легло в основу материализма XVII – XVIII вв. Материя – центральная категория диалектического материализма.

Меркантильность (от франц. и итал. mercantile – торгашеский, корыстный), излишняя расчетливость, торгашество; своекорыстие.

Метриопатия, понятие древнегреческой этики, означающее умеренность в страстях, противопоставлялось апатии. Развито Демокритом и Эпикуром, центральный принцип этики Аристотеля: добродетель как середина между двумя крайностями (например, щедрость – середина между скупостью и расточительностью).

Механицизм, мировоззренческий принцип, выдвинутый в XVII – XVIII вв., объясняющий развитие природы и общества законами механической формы движения материи. Источник механицизма – абсолютизация законов механики. В широком смысле – сведение сложной,

качественно своеобразной формы движения к более простой (например, социальной – биологической).

Милетская школа, условное обозначение первых древне-греческих натурфилософов и естествоиспытателей, живших в VI в. до н.э. в г. Милет (Фалес, Анаксимандр, Анаксимен).

Мировая душа, одно из центральных понятий в философии неоплатонизма, восходящее к учению Платона о мировой душе как движущем начале космоса. Выступает посредницей между идеальным (бестелесным) миром и создаваемым ею чувствительным миром. Учение о мировой душе было воспринято панпсихизмом эпохи Возрождения (итальянские неоплатоники, Д. Бруно), немецким романтизмом и идеалистической философией XIX в. (Ф.В. Шеллинг, Г.Т. Фехнер, Э. Гартман).

Мистика, религиозная практика, имеющая целью переживание в экстазе «непосредственного единения» с Богом, а также совокупность теологической и философской доктрин, оправдывающих и осмысляющих эту практику.

Н

Натурфилософия, философия природы, умозрительное истолкование природы, рассматриваемой в ее целостности, Ранняя древне-греческая натурфилософия* досократовского периода (милетская школа и др.) явилась по существу первой исторической формой философии вообще. Интерес к природе в эпоху Возрождения вызвал новый расцвет натурфилософии (Д. Бруно, Б. Телезио, Т. Кампанелла, Д. Кардано, Парацельс, Ф. Патриции). Развитие экспериментального естествознания в новое время привело к вытеснению натурфилософии теориями природы, базирующимися на естественнонаучных данных.

Неокантианство, течение философии «-й пол. XIX – нач. XX вв., пытавшееся возродить философию И. Канта. Общие посылки неокантианства: преодоление кантовского дуализма, утверждение об априорном (внеопытном) характере познания. Объединяло ряд направлений: физиологическое (Г. Гельмгольц, Ф.А. Ланге), психологическое (Л. Нельсон), критический реализм (А. Риль), марбургская школа, баденская школа, фикционализм (Х. Файхингер), французский неокритицизм (Ш. Ренувье). В основе этики неокантианства – противопоставление бытия и долженствования. Социализм трактуется как недостижимый идеал, что послужило основанием этического социализма.

Неоконфуцианство, школа китайской философии, сложившаяся в основном в период Сунн (X – XIII вв.). В неоконфуцианстве значительное место занимают вопросы онтологии, натурфилософии и космогонии.

Неопифагореизм, мистическое направление древне-греческой философии I в. до н.э. – III в. н.э. (Нигидий Фигул, Аполлоний Тианский и др.). Развивалось в тесной связи со средним платонизмом (сближение числа с идеями Платона) и явилось одним из источников неоплатонизма и гностицизма.

Неоплатонизм, направление античной философии III – VI вв., систематизировавшее учение Платона в соединении с идеями Аристотеля, неопифагореизма и др. В центре неоплатонизма – учение о сверхсущем Едином и иерархическом строении бытия, разработанное Плотинем и завершенное Проклом. Основные школы: гимская (III в., Плотин, Порфирий), сирийская (IV в., Ямвлих), пергамская (IV в., император Юлиан), афинская (V – VI вв., Прокл), александрийская (V – начало VII вв.). Латинские неоплатоники – Марий Викторин, Марциан Капелла, Боэций. Неоплатонизм оказал широкое влияние на европейскую и восточную философию.

Нус, одно из центральных понятий древне-греческой философии, дух, разум, смысл, мысль. Учение о нусе как мироустроющем принципе было сформулировано Анаксагором. В стоицизме нус сближался с логосом. Учение Аристотеля о космическом «уме»-нусе, созерцающем и мыслящем самого себя, т.е. являющемся «мышлением мышления», послужило главным источником концепции нуса в неоплатонизме* как одной из основных субстанций бытия. Латинский перевод термина «Нус» - интеллект.

О

Обычай, стереотипный способ поведения, который воспроизводится в определенном обществе или социальной группе и является привычным для их членов. Устаревшие обычаи сменяются в процессе исторического развития новыми.

Онтология, раздел философии, учение о бытии (в отличие от гносеологии – учение о познании), в котором исследуются всеобщие основы, принципы бытия, его структура и закономерности. Термин введен немецким философом Р. Гоклениусом.

Откровение, в монотеистических религиях непосредственное волеизъявление божества или исходящее от него знание как абсолютный критерий человеческого поведения и познания. Выражается в тексте «писания» (в иудаизме и христианстве Библия, в исламе – Коран) и в «предании», также получающем письменную фиксацию (в иудаизме – Талмуд, в христианстве – сочинение «отцов церкви», в исламе – сунн).

II

Пантеизм, религиозное и философское учения, отождествляющие Бога и мировое целое. Пантеистические тенденции проявляются в еретической мистике средних веков. Характерен для натурфилософии Возрождения и Б. Спинозы, отождествившего понятия «Бог» и «природа».

Папство, руководство католической церкви, религиозный центр, возглавляемый римским папой. Папство сложилось на основе римского епископата. В V в. римские епископы, называвшие себя «папа», добились от римского императора эдикта о подчинении им других епископов. В VIII в. создание Папской области положило начало светской власти пап. После 2-й мировой войны, особенно с 60-х гг. папство взяло курс на приспособление церкви к современной эпохе в области догматики, культа, организации и политики.

Партикулярный, частный, неофициальный; обособленный, местный (не общегосударственный).

Патристика, произведения отцов церкви II – VIII вв., в которых изложены основы христианского богословия в философии.

Персонализм, философское направление, признающее личность первичной творческой реальностью, а весь мир проявлением творческой активности «верховой личности» - Бога. Сформировался в начале XX в. в России (Н.А. Бердяев, Л. Шестов) и США (Б.П. Боун, Дж. Ройс и их последователи – Э.Ш. Брайтмен, Р.Т. Флюэллинг).

Переговоры, встреча, цель которой, прежде всего, в том, чтобы, обсудив с партнером проблему, представляющую интерес, найти взаимоприемлемое решение (достичь договоренности). Это решение оформляется в виде договора или соглашения, где предусмотрены взаимные обязательства сторон

Перцепция, то же, что восприятие. У Г.В. Лейбница – смутное и бессознательное восприятие в противоположность ясному осознанию - апперцепции

Платонизм, в широком смысле – течения в философии, находящиеся под влиянием Платона (прежде всего его учения об идеях). В более узком смысле – направление в древне-греческой философии с IV в. до н.э. (Академия платоновская. Средний платонизм). С III н.э. главной формой платонизма стал неоплатонизм.

Позитивизм (франц. positivisme, от лат positivus – положительный), философское направление, исходящее из того, что все подлинное (позитивное) знание – совокупный результат специальных наук. Наука, согласно позитивизму, не нуждается в какой-либо стоящей над ней философии. Оказал влияние на методологию естественных и общественных наук (особенно 2-й пол. XIX в.).

Политеизм, многобожие, вера во многих богов.

Православие, одно из основных и старейших направлений в христианстве. Возникло с разделением в 395 г. Римской империи на Западную и Восточную. Богословские основы определились в Византии. В IX – XI вв. Окончательно сложилось как самостоятельная церковь в 1054 г. с началом разделения христианской церкви на католическую и православную.

Просвещение, идейное течение XVIII - сер. XIX вв. , основанное на убеждении в решающей роли разума и науки в познании «естественного порядка», соответствующего подлинной природе человека и общества. Невежество и мракобесие, религиозный фанатизм просветители считали причинами человеческих бедствий; выступали против феодально-абсолютистского режима, за политическую свободу, гражданское равенство.

Протестантизм, одно из основных направлений в христианстве. Откололся от католицизма в ходе Реформации XVI в. Объединяет множество самостоятельных течений, церквей и сект (лютеранство, кальвинизм, англиканская церковь, методисты, баптисты, адвентисты и др.). Для протестантизма характерны отсутствие принципиального противопоставления духовенства мирянам, отказ от сложной церковной иерархии, упрощенный культ, отсутствие монашества,

целибата. В протестантизме нет культа Богородицы, святых, ангелов, икон, число таинств сведено к двум (крещению и причащению). Основным источником вероучения – Священное писание.

Протестанты, проповедуют протестантизм.

Р

Рассада, порядок усаживания гостей в соответствии со старшинством, рангом, должностью и т.д.

Релятивизм (этический), способ интерпретации морали, основанный на абсолютизации условности, относительности, изменчивости нравственных представлений и, соответственно, этических понятий.

Рефлексия, форма теоретической деятельности человека, направленная на осмысление своих собственных действий и их законов.

Реформация (от лат. reformation – преобразование), общественное движение в Западной и Центральной Европе в XVI в., направленное против католической церкви. Реформация породила новую разновидность христианства – протестантизм.

Ростовщичество – предоставление денежных ссуд под высокий процент

С

Священное писание, религиозные книги, составляющие Библию. В иудаизме священное писание считается Ветхий завет, в христианстве – Ветхий и Новый заветы. В исламе роль, аналогичную священному писанию, играет Коран.

Священное предание, в теистических религиях (иудаизм, христианство, ислам) – совокупность форм (устная традиция, тексты, богослужение), в которых передается содержание веры, имеющее своим источником Откровение*; важнейшая часть Священного предания – Священное писание.

Секуляризация (от позднелат. Saecularis – мирской, светский), обращение государством церковной собственности в светскую. Секуляризация широко проводилась во время Реформации.

Силлогизм, умозаключение, состоящее из двух суждений (посылок), из которых следует третье суждение – заключение, вывод. (Например, всякое *S* есть *M*, а всякое *M* есть *P*, следовательно, всякое *S* есть *P*).

Силлогистика, исторически первое, созданное Аристотелем учение о логической дедукции*, в котором рассматриваются рассуждения в форме силлогизмов.

Символ веры, краткое изложение христианских догматов, безусловное признание которых православной и католической церкви предписывают каждому христианину. Был сформулирован 1 (325 г.) Никейским и дополнен 2 (381 г.) Константинопольским вселенскими соборами. В дальнейшем католическая церковь сделала к Символу веры* добавление филиокве, не признанное православием.

Скептицизм, философское направление, подвергающее сомнению возможность достоверного познания объективной действительности.

Сократические школы, древне-греческие философские школы, созданные учениками и последователями Сократа в IV в. до н.э.: Академия платоновская, мегарская школа, элидо-эретрейская школа, киренская школа и киники.

Социология (от лат. societas - общество и ... логия), наука об обществе как целостной системе и об отдельных социальных институтах, процессах, социальных группах и общностях, отношениях личности и общества, закономерностях массового поведения людей. Попытки объяснения общественной жизни и возникли в античности (Платон, Аристотель и др.), продолжались в философии истории. Создать «позитивную науку» об обществе в середине XIX в. пытался О. Конт (ввел и сам термин)

Соционика, наука о межличностных отношениях.

Средний платонизм, этап в развитии античного платонизма (I в. до н.э. – начало III в.), характеризовавшийся отказом от скептицизма* Новой Академии платоновской и стремлением восстановить учение Платона и Древней Академии в первоначальной чистоте. Главные представители: Филон Александрийский, Апулей, Гален, Плутарх Херонейский. Средний платонизм тесно переплетался с неопифагореизмом, оказал влияние на неоплатонизм и патристику.

Старообрядцы, сторонники старообрядчества.

Старообрядчество, совокупность религиозных групп и церквей в России, не принявших церковных реформ XVII в. и ставших оппозиционными или враждебными официальной православной церкви. Сторонники старообрядчества до 1906 г. преследовались царским правительством. Старообрядцы делятся на ряд течений (поповцы, беспоповцы, беглопоповцы), толков и согласий. Имеет в своем составе 2 церкви: Белокриницкую иерархию, возглавляемую архиепископией Московской и всея Руси (центр – на Рогожском кладбище в Москве), а также Беглопоповскую архиепископию (центр – в г. Новозыбков Брянской обл.).

Стоицизм, направление античной философии. Древняя Стоя (III – II вв. до н.э.) – Зенон из Китиона, Клеанф, Хрисипп; Средняя Стоя (II – I вв. до н.э.) – Панеций и Посидоний (стоический платонизм); Поздняя Стоя (I – II вв.), римский стоицизм – Сенека, Эпиктет, Марк Аврелий. Стоицизм возродил учение Гераклита об огне-логосе; мир – живой организм, пронизанный творческим первоогнем, пневмой, создающей космическую «симпатию» всех вещей. Все существующее телесно. В этике стоицизм близок киникам, не разделяя их презрительные отношения к культуре. Мудрец должен следовать бесстрастию природы и любить свой «рок». Все люди – граждане космоса как мирового государства.

Субстанция (лат. substantia – сущность; то, что лежит в основе) объективная реальность; материя в единстве всех форм ее движения; нечто относительно устойчивое: то, что существует само по себе, не зависит ни от чего другого.

Субстрат (филос.), общая основа всех процессов и явлений.

Сунна, мусульманское священное предание, состоящее из хадисов.

Схоластика, тип религиозной философии, характеризующейся соединением теолого-догматических предпосылок с рационалистической методикой и интересом к формально-логическим проблемам. Получила наибольшее развитие в Западной Европе в средние века.

Т

Теизм, религиозное мировоззрение, исходящее из понимания Бога как абсолютной личности, пребывающей вне мира, свободно создавшей его и действующей в нем. Признание потусторонности Бога отличает теизм от пантеизма*, признание непрерывной активности Бога – от деизма*. Наиболее характерен для генетически связанных между собой религий – иудаизма, христианства и ислама. Термин впервые употреблен Р. Кедвортом.

Теократия, форма правления, при которой глава государства (обычно монархического) является одновременно его религиозной главой.

Теология (от греч. theós – бог и ...логия) (богословие), совокупность религиозных доктрин и учений о сущности и действии Бога. Предполагает концепцию абсолютного Бога, сообщающего человеку знание о себе в откровении. В строгом смысле о теологии принято говорить применительно к иудаизму*, христианству и исламу.

Толстовцы, участники социально-философского и нравственно-религиозного движения, возникшего в России в 80-е гг. XIX в. на основе учения Л.Н. Толстого. Проповедовали «всеобщую любовь», непротivление злу насилием, религиозное и нравственное самосовершенствование как средство преобразования общества; создавали земледельческие общины, отказывались от уплаты податей и несения военной службы. Преследовались властями

Томизм, учение Фомы Аквинского и основанное им направление католической философии и теологии, соединившее христианские догматы с методом Аристотеля. В XIII в. занял господствующее положение в схоластике, оттеснив августиновский платонизм и противостоя аверроизму.

Традиция, элементы социального и культурного наследия, передающиеся от поколения к поколению и сохраняющиеся в определенных обществах и социальных группах в течение длительного времени.

Трансцендентный, в идеалистической философии: выходящий за границы возможного опыта, лежащий за пределами опыта, недоступный познанию.

Троица, один из догматов христианства, согласно которому Бог един по своей сущности, но существует в трех лицах (ипостасях): Бог-Отец, Бог-Сын, Святой Дух. Термин появился в конце II в., учение о Троице развито в III в., вызвало острую дискуссию в христианской церкви, догмат о Троице закреплен на 1-м (325 г.) и 2-м (381 г.) Вселенских соборах.

У

Уложенные комиссии, временные коллегиальные органы в России в XVIII. Созывались для кодификации законов, вступивших в силу после Соборного уложения 1649 г. Всего было 7. Крупнейшая (собрание всероссийских сословных представителей) созвана Екатериной II в 1767 – 1769 гг.

Универсум, философский термин, обозначающий «мир как целое».

Утилитаризм (от лат. utilitas – польза, выгода), 1) принцип оценки всех явлений только с точки зрения их полезности, возможности служить средством для достижения какой-либо цели; 2) основанное И. Бентамом позитивистское направление в этике, считающее пользу основой нравственности и критерием человеческих поступков; получило распространение в Великобритании в XIX в.

Ф

Факсимильная связь (фототелеграфная связь), электрический способ передачи графической информации – неподвижного изображения текста, таблиц, графиков, фотографий и т.п. Осуществляется при помощи факсимильных аппаратов и каналов электросвязи (в том числе и телефонной).

Фацзя («школа законников») – легистов), философская школа в Древнем Китае. Основные положения сформулировал Шан Ян. Программа фацзя была направлена на укрепление царской власти и создание централизованного деспотического государства.

Феноменология, философское направление, принципы которого в начале XX в. сформулировал Э. Гуссерль. Задача феноменологии – обнаружение изначального опыта сознания путем феноменологической редукции (эпохе), состоящей в исключении каких-либо утверждений о бытии и достижении последнего неразложимого единства сознания – интенциональности (т.е. направленности на предмет). Феноменология явилась одним из истоков экзистенциализма и др. течений современной философии.

Филиокве (лат. filioque – и от сына), добавление, сделанное в VII в. католической церковью к христианскому «Символу веры» IV в., в догмате Троицы: об исхождении Святого Духа не только от Бога-отца, но «и от сына». Филиокве не приняла православная церковь, что позднее послужило одним из поводов для разделения церквей.

Х

Хадис, предание о поступках и изречениях Мухаммеда. Совокупность хадисов, признанных достоверными, составляет сунну. Основная часть хадиса возникла в конце VII – начале VIII вв.

Христианство, одна из трех мировых религий (наряду с буддизмом и исламом), названа по имени ее основателя Иисуса Христа – богочеловека, сошедшего с неба на землю и принявшего страдания и смерть ради спасения людей, а затем воскресшего и вознесшегося на небо. Христианство возникло в I в. среди евреев Палестины и распространилось на другие страны. Источник вероучения – Священное писание, Библия, особенно Новый завет.

Ц

Целибат (от лат. caelebs – неженатый), обязательное безбрачие католического духовенства. Оно узаконено папой Григорием VII (XI в.), практически утвердилось в XII в. В 1967 г. папа Павел VI подтвердил незыблемость целибата.

Э

Эвдомонизм, этическое направление, считающее счастье, блаженство высшей целью человеческой жизни; один из основных принципов древне-греческой этики, тесно связанный с сократовской идеей внутренней свободы личности, ее независимости от внешнего мира.

Эвтаназия, намеренное ускорение смерти или умерщвление неизлечимого больного с целью прекращения его страданий.

Эгоцентризм, отношение к миру, характеризующееся сосредоточенностью на своем индивидуальном «я».

Эдикт, в Древнем Риме программа деятельности римских магистратов, объявляемая при вступлении в должность. В период принципата и в ряде средне-вековых монархий Западной Европы – вид императорского закона.

Экзистенциализм, или философия существования, направление современной философии, возникшее в начале XX в. в России, после 1-й мировой войны в Германии, в период 2-й мировой войны во Франции, а после войны в других странах. Идейные истоки – учение Кьеркегора, философия жизни, феноменология. Различают религиозный экзистенциализм (К. Ясперс, Г. Марсель, Н.А. Бердяев, Л. Шестов, М. Бубер) и атеистический (М. Хайдеггер, Ж.П. Сартр, А. Камю). Центральное понятие – экзистенция (человеческое существование).

Экзистенция, существование. Основные модусы (проявления) человеческого существования – забота, страх, решимость, совесть. Человек прозревает экзистенцию как корень своего существа в пограничных ситуациях (борьба, страдание, смерть). Постигая себя как экзистенцию, человек обретает свободу, которая есть выбор самого себя, своей сущности, накладывающий на него ответственность за все происходящее в мире.

Эманация, центральное понятие неоплатонизма, означающее переход от высшей онтологической ступени универсума (Единое) к низшим, менее совершенным. Эманация как убывание бытия противоположна восходящему развитию, совершенствованию.

Эпистолярный, свойственный письмам; написанный в форме писем; состоящий из писем.

Энтелехия, понятие философии у Аристотеля: нематериальная сила (форма), образующая материю.

Эстетика (от греч. *aisthetikós* – чувствующий, чувственный), философская наука, изучающая сферу эстетического как специфические проявления ценностного отношения между человеком и миром и область художественной деятельности людей.

Эсхатология, религиозное учение о конечных судьбах мира и человека. Различается индивид. Эсхатология, то есть учение о загробной жизни единичной человеческой души, и всемирная эсхатология, то есть учение о цели космоса и истории и их конце.

Этническая общность (этнос), исторически возникший вид устойчивой социальной группировки людей, представленный племенем, народностью, нацией. Термин «этническая общность» близок понятию «народ», в этнографическом смысле.

Язычество, традиционное обозначение нетеистических религий по их противоположности к теизму. В современной науке чаще употребляют термин «политеизм» («многобожие»).

Указатель имен

А

Аквинский Фома (1225 – 1274 гг.), средневековой христианский теолог и философ-схоласт, крупнейший идеолог западно-европейского феодализма. Философия Фомы – теологический догматизм. Содержание ее определяется стремлением «доказать» во что бы то ни стало церковные догмы и каноны. В основу своей философии он кладет искаженное, приспособленное к требованиям церкви учение Аристотеля*, убив в этом учении все живое и увековечив мертвое.

Анаксимандр, (ок. 610 – после 547 гг. до н.э.) древне-греческий философ, представитель милетской школы, автор первого философского сочинения на греческом языке «О природе». Ученик Фалеса*. Создал геоцентрическую модель космоса, первую географическую карту. Высказал идею о происхождении человека «от животного другого вида» (рыб).

Анаксимен (VI в. до н.э.), древне-греческий философ, представитель милетской школы. Ученик Анаксимандра*. Первоначально всего считал воздух, из сгущения и разрежения которого возникают все вещи.

Антоний Марк (ок. 83 – 30 гг. до н.э.), римский полководец. Сторонник Цезаря.

Аристипп (2-я пол. V в.- нач. IV в. до н.э.), древне-греческий философ из Кирены в Северной Африке, ученик Сократа, основатель киренской школы, один из родоначальников гедонизма*.

Аристотель (384 – 322 гг. до н.э.), древне-греческий философ, ученик Платона. Основатель формальной логики, создатель силлогистики. «Первая философия» (позднее наз. метафизикой) содержит учение об основных принципах бытия: возможности и осуществлении, форме и материи, действующей причине и цели (энтелехия). Источник движения и изменчивого бытия – вечный и неподвижный «ум», нус (перводвигатель). Ступени природы: неорганический мир, растение, животное, человек. «Ум», разум отличает человека от животного. Центральный принцип этики – разумное поведение, умеренность (метриопатия). Человек – существо общественное.

Б

Безобразов Владимир Павлович (1828 – 1889 гг.), русский экономист, академик. Автор трудов по конкретным экономическим и экономико-географическим вопросам, в которых использовал собранные им обширные сведения о состоянии русской промышленности и торговли, и работ по кредиту и финансам. В 1874 – 1880 гг. издавал журнал «Сборник государственных знаний».

Бенедикт Евгений (1767 – 1837 гг.), историк, археограф, библиограф. С 1822 г. митрополит киевский.

Бентам Иеремия (1748 – 1832 гг.), английский философ, социолог, юрист. Родоначальник философии утилитаризма.

Бердяев Николай Александрович (1874 – 1948 гг.), российский религиозный философ. От марксизма перешел к философии личности и свободы в духе религиозного экзистенциализма и персонализма. Свобода, дух, личность, творчество противопоставляются Бердяевым необходимости, миру объектов, в котором царствует зло, страдание, рабство. Смысл истории, по Бердяеву, мистически постигается в мире свободного духа, за пределами исторического времени.

Болховитинов Евфимий Алексеевич (в монашестве – Евгений) (1767 – 1837 гг.), историк, археограф, библиограф. С 1822 г. митрополит киевский.

Булгаков Сергей Николаевич (1871 – 1944 гг.), экономист, философ, теолог. От легального марксизма, который Булгаков пытался соединить с неокантианством, перешел к религиозной философии, затем к православному богословию.

Бэкон Френсис (1561 – 1626 гг.), английский философ, родоначальник английского материализма. В трактате «Новый органон» провозгласил целью науки увеличение власти человека над природой, предложил реформу научного метода – очищение разума от заблуждений, обращение к опыту и обработка его посредством индукции, основа которой – эксперимент.

В

Вебер Альфред (1868 – 1958 гг.), немецкий экономист и социолог. Брат М.Вебера. Разработал концепцию социологии истории и культуры, по которой ход истории определяется процессом духовного творчества, осуществляемого интеллектуальной элитой.

Вебер Макс (1864 – 1920 гг.) немецкий социолог, историк, экономист и юрист. В основе методологии Вебера, опирающейся на неокантианскую гносеологию, разграничение опытного знания и ценностей; концепция «понимания», по которой социальное действие объясняется через истолкование индивидуальных мотивов; теория идеальных типов – абстрактных и произвольных мысленных конструкций исторического процесса.

Вольф Инга, председатель Международной комиссии по правилам хорошего тона.

Вундт Вильгельм (1832 – 1920 гг.), немецкий психолог, физиолог, философ, иностранный почетный член Петербургской Академии Наук. Один из основоположников экспериментальной психологии. Центральную роль в душевной жизни отводил воле. Выдвинул концепцию «аналитической интроспекции» (самонаблюдение).

Г

Гегель Георг Вильгельм Фридрих (1770 – 1831 гг.), немецкий философ, создавший на объективно-идеалистической основе систематическую теорию диалектики.

Гельвеций Клод Адриан (1715 – 1771 гг.), французский философ. Утверждал, что мир материален и бесконечен во времени и пространстве, мышление и ощущение – свойства материи. Считал сознание и страсти человека главной движущей силой общественного развития. Сторонник учения о решающей роли среды в формировании личности.

Гераклит Эфесский (кон. 6 – нач. 5 вв. до н.э.), древне-греческий философ, представитель ионийской школы, Первоначало сущего – мировой огонь, который есть также душа и разум (логос); он «мерами вспыхивает и мерами угасает»; путем сгущения из огня возникают все вещи, путем разрежения в него возвращаются. Высказал идею непрерывного изменения становления («все течет», «в одну реку нельзя войти дважды»)

Гиппократ (ок. 460 – ок. 370 гг. до н.э.), древне-греческий врач, реформатор античной медицины, материалист. В его трудах, ставших основой дальнейшего развития клинической медицины, отражены представление о целостности организма; индивидуальный подход к больному и его лечение; учение об этиологии (причинах болезни), прогнозе, темпераментах и др. С именем Гиппократа связано представление о высоком моральном облике и образце этического поведения врача и т.д.

Гоббс Томас (1588 – 1679 гг.), английский философ

Грот Николай Яковлевич (1852 – 1899 гг.), философ, председатель Московского психологического общества, основатель и редактор журнала «Вопросы философии и психологии».

Гуссерль Эдмунд (1859 – 1938 гг.), немецкий философ, основатель феноменологии. Стремился превратить философию в «строгую науку» посредством феноменологического метода («Логические исследования»). В дальнейшем обратился к идее «жизненного мира» как изначальному социально-культурному опыту, сближаясь с философией жизни. Оказал влияние на экзистенциализм, философскую антропологию.

Гюго Виктор Мари (1802 – 85), французский писатель-романтик.

Д

Декарт Рене (1596 – 1650 гг.), французский философ, математик, физик и физиолог. В основе философии Декарта – дуализм души и тела, «мыслящей» и «протяженной» субстанции. Материю отождествлял с протяжением (или пространством), движение сводил к перемещению тел. В учении о познании – родоначальник рационализма и сторонник учения о врожденных идеях.

Демокрит (ок. 470 или 460 гг. до н.э. – умер в глубокой старости), древне-греческий философ, один из основателей античной атомистики. В этике развил учение об атараксии (понятие древне-греческой этики о душевном спокойствии, безмятежности как высшей ценности).

Джефферсон Томас (1743 - 1826 гг.), американский просветитель, идеолог демократического направления в период Войны за независимость в Северной Америке. Автор проекта Декларации независимости США. Третий президент США.

Дюркгейм Эмиль (1858 – 1917 гг.), французский социолог, основатель французской социологической школы. Профессор социологии и педагогики в Бордо и Сорбонне. Социологические концепции Дюркгейма формировались главным образом под влиянием Ш. Монтегье и особенно О. Конта. Выступил против индивидуально-психологических и биологических направлений, рассматривал общество как реальность, несводимую к совокупности индивидов. В то же время отводил определяющую роль в обществе «коллективному сознанию». Разделение труда считал основой общественной солидарности и трактовал социальные конфликты как патологическое явление.

Е

Екатерина I Алексеевна (Марта Скавронская) (1684 – 1727 гг.), российская императрица с 1725 г., вторая жена Петра I. Возведена на престол гвардией во главе с А.Д. Меншиковым, который стал фактическим правителем государства. При ней создан Верховный тайный совет.

Екатерина II Великая (1729 – 1796 гг.), российская императрица с 1762 г. С 1745 г. Жена великого князя Петра Федоровича, будущего императора Петра III, которого свергла с престола (1762 г.). Провела реорганизацию Сената, секуляризацию земель, упразднила гетманство на Украине. Возглавляла Уложенную комиссию. Издала Учреждение для управления губерний (1775 г.).

Зомбарт Вернер (1863 – 1941 гг.), немецкий экономист, историк, социолог, философ-неокантианец. Развитие капитализма связывал с раскрытием «духа капитализма (стремление к обогащению, которое считал свойственным человеку). Один из авторов теории «организованного капитализма».

И

Ибн Рушд, арабский философ, врач, представитель арабского аристотелизма. Разграничение им «рациональной» религии (доступной образованным) и образнео-аллегорической религии (доступной всем) явилось одним из источников учения о двойственной истине. Рационалистические идеи Ибн Рушда оказали большое влияние на средне-вековую философию, особенно в Европе (аверроизм).

Иловайский Дмитрий Иванович (1832 – 1920 гг.), русский историк, публицист. Автор широко распространенных учебников по всеобщей и русской истории, имевших глубоко консервативный характер, написанных с позиций защиты монархизма.

К

Кант Иммануил (1724 – 1804 гг.), немецкий философ, родоначальник немецкой классической философии, профессор университета в Кенигсберге, иностранный почетный член Петербургской Академии Наук. Центральный принцип этики Канта, основанной на понятии долга, - категорический императив.

Карнеги Дейл, выдающийся американский ученый и писатель.

Кедворт Ральф (1617 1688 гг.), английский религиозный философ, главный представитель кембриджских платоников*. Мир по Кедворту – лестница совершенства от косной материи до Бога.

Кембриджские платоники, группа английских кембриджских религиозных философов 2-й половины XVII в. (Р. Кедворт Г. Мор, Д. Гленвиль и др.), стремившихся, используя идеи неоплатонизма о мировом разуме, дать обоснование христианского вероучения.

Ключевский Василий Осипович (1841 – 1911 гг.), русский историк. С 1900 г. академик истории и древностей русских, с 1908 г. почетный академик по разряду изящной словесности Петербургской Академии Наук..

Конт Огюст (1798 – 1857 гг.), французский философ, один из основоположников позитивизма и социологии. Выдвинул теорию трех стадий интеллектуальной эволюции человечества (теологической, метафизической и позитивной, или научной), определяющих развитие общества. Разработал классификацию наук (по степени уменьшения их абстрактности).

Ксенофонт (ок. 430 – 355 или 354 гг. до н.э.), древне-греческий писатель и историк

Кьеркегор (Киркегор) Серен (1813 – 1855 гг.), датский теолог, философ, писатель. Противопоставил «объективизму» диалектики Г. Гегеля субъективную («экзистенциальную») диалектику личности, проходящей, по Кьеркегору, три стадии на пути к Богу: эстетическую, этическую и религиозную. Полимеризуя с официальной теологией, защищал тезис о реальности христианства лишь для избранных, которые смогут реализовать свою экзистенциальную свободу.

Л

Лавров Петр Лаврович (1823 – 1900 гг.), российский философ, социолог и публицист, один из идеологов революционного народничества. Сторонник субъективного метода в социологии.

Ларошфуко Франсуа де (1613 – 1680 гг.), французский писатель-моралист

Леббок Джон (1834 – 1913 гг.), английский археолог и этнограф, один из классиков буржуазной эволюционистской («антропологической») школы, последовательный сторонник применения естественно-исторического сравнительного метода в изучении человеческой культуры.

Локк Джон (1632 – 1704 гг.), английский философ, основатель либерализма.

Лопатин Лев Михайлович (1855 – 1920 гг.), российский философ и психолог. Редактор журнала «Вопросы философии и психологии», председатель Московского психологического общества (с 1899 г.) Истолковывал учение о монадах (основополагающих элементах бытия) Г. Лейбница и Р.Т. Лотце в духе персонализма, обосновывал свободу воли.

М

Маркс Карл (1818 – 1883 гг.), мыслитель и общественный деятель, основоположник марксизма.

Милль Джон Стюарт (1806 – 1873 гг.), английский философ и экономист. Идеолог либерализма. Основатель английского позитивизма, последователь О. Конта.

Милич Предрага, специалист по этике деловых бесед.

Монтень Мишель де (1533 – 1592 гг.). французский философ-гуманист. В своем труде «Опыты», обращаясь к конкретным историческим фактам, быту и нравам людей, рассматривает человека как самую большую ценность, создает реалистический автопортрет.

Монтескье Шарль Луи (1689 – 1755 гг.), французский просветитель, правовед, философ. Выступал против абсолютизма, Стремился вскрыть причины возникновения того или иного государственного строя, анализировал различные формы государства и формы правления. Средством обеспечения законности считал принцип разделения властей.

П

Парето Вильфредо (1848 – 1923 гг.), итальянский экономист и социолог, представитель математической школы в политэкономии, один из основателей функционализма. Пытался математически обосновать концепцию взаимозависимости всех экономических факторов, включая цену. Сформулировал закон распределения доходов (т.н. закон Парето). Выдвинул концепцию «циркуляции (смены) элит», согласно которой основа общественных процессов – творческая сила и борьба элит за власть.

Петти Уильям (1623 – 1687 гг.), английский экономист, родоначальник классической политэкономии. Источником богатства считал сферу производства. Основоположник трудовой теории стоимости.

Платон (428 или 427 – 348 или 347 гг. до н.э.), древне-греческий философ. Ученик Сократа. Идеи (высшая среди них – идея блага) – вечные и неизменные умопостигаемые прообразы вещей, всего преходящего и изменчивого бытия; вещи – подобие и отражение идей

Плотин (около 204/205 – 269/270 гг.), греческий философ, основатель неоплатонизма. 54 сочинения Плотина изданы его учеником Порфирием, разделившим их по 9 сочинений, отсюда название «Эннеады» («Девятирицы»). В системе Плотина из неистощимой полноты Единого, отождествляемого с Благом, в процессе его эманации проистекают три главные субстанции бытия:

ум – нус, содержащий идеи (промежуточная ступень между Единым и умом – «число»), мировая душа, заключающая в себе все индивидуальные души; телесный мир – космос; материя – неопределенный бескачественный субстрат изменений, пассивная «восприимница вечных идей – форм (эйдосов). Путь человеческой души – восхождение от чувственного мира к слиянию с Единым в экстазе. Плотин сыграл большую роль в развитии античной диалектики.

Порфирий (около 233 – около 304 гг.), философ-неоплатоник, ученик Плотина, издавший его сочинения Комментатор Платона и Аристотеля; «Введение в «Категории» Аристотеля» - главный источник знакомства с аристотелевской логикой в средние века. Автор сочинения «Против христиан». В логике так называемое древо Порфирия иллюстрирует ступенчатую субординацию родовых и видовых понятий.

Прокл (412 – 485 гг.), древне-греческий философ, осуществил универсальную конструктивно-диалектическую разработку всей системы неоплатонизма на основе триадического метода. Ступени триады: пребывание в себе, выступление из себя (эманация), возвращение из инобытия обратно в себя.

Протагор из Абдер (ок. 480 – 410 гг. до н.э.), древне-греческий философ, виднейший из софистов. Утверждал субъективную обусловленность знания и выдвинул тезис: «Человек есть мера всех вещей, существующих, что они существуют, а несуществующих, что они не существуют».

Р

Риккардо Давид (1772 – 1823 гг.), английский экономист, один из крупнейших представителей политэкономии. Сторонник трудовой теории стоимости; стоимость товаров, единственным источником которой является труд рабочего, лежит в основе доходов различных классов общества.

Риккер Карл Леопольдович (1833-1895 гг.), российский издатель и книгопродавец. С 60-х годов издавал в Петербурге книги, главным образом, по медицине, технике, учебники, медицинские журналы, газету «Врач» и др.

Руссо Жан Жак (1712 – 1778 гг.), французский писатель и философ. С позиций деизма осуждал официальную церковь и религиозную нетерпимость.

С

Сенека Луций Анней (ок. 4 г. до н.э. – 65 г. н.э.), римский политический деятель, философ и писатель, представитель стоицизма. Воспитатель Нерона.

Сковорода Григорий Саввич (1722 – 1794 гг.), украинский философ, поэт, музыкант, педагог. В философских диалогах и трактатах библейская проблематика переплетается с идеями платонизма и стоицизма. Смысл человеческого существования – подвиг самопознания.

Смит Адам (1723 – 1790 гг.), шотландский экономист и философ, один из крупнейших представителей классической политэкономии. Подходил к экономике как к системе, в которой действуют объективные законы, поддающиеся познанию.

Сократ (ок. 470 – 399 до н.э.), древне-греческий философ, один из родоначальников диалектики как метода отыскания истины путем постановки наводящих вопросов – так называемого сократического метода (майевтика). Излагал свое учение устно. Главный источник – сочинения его учеников Ксенофонта и Платона. Цель философии – самопознание как путь к постижению истинного блага; добродетель есть знание, или мудрость. Для последующих времен Сократ стал воплощением идеала мудреца.

Соловьев Владимир Сергеевич (1853 – 1900 гг.), русский религиозный философ, поэт, публицист. Учение В.С. Соловьева об универсуме как «всеединстве» христианский платонизм переплетается с идеями новейшего идеализма, особенно Ф.В. Шеллинга, естественно-научным эволюционизмом и неортодоксальной мистикой (учение о мировой душе и др.). Проповедовал утопический идеал всемирной теократии, крах которого привел к усилению эсхатологических настроений В.С. Соловьева. Оказал большое влияние на русскую религиозную философию и поэзию русских символистов.

Спиноза Бенедикт (1632 – 1677 гг.), нидерландский философ, пантеист. Мир по Спинозе – закономерная система, которая до конца может быть познана геометрическим методом. Природа, пантеистически отождествляемая с Богом, – единая вечная и бесконечная субстанция, причина самой себя. Человек – часть природы, душа его – модус мышления, тело – модус притяжения. Воля

совпадает с разумом, все действия человека включены в цепь универсальной мировой детерминации.

Стендаль (наст. имя Анри Мари Бейль) (1783 – 1842), французский писатель.

Ф

Фалес (ок. 625 – ок. 547 гг. до н.э.), древне-греческий мыслитель, родоначальник античной философии и науки, основатель милетской школы. Возводил все многообразие явлений и вещей к единой первостихии – воде.

Фейербах Людвиг (1804 – 1872 гг.), немецкий философ. Первоначально последователь Гегеля, затем подверг критике его философию. В центре философии Л. Фейербаха – человек, трактуемый как биологическое существо, абстрактный индивид. Религию истолковывал как отчуждение человеческого духа, источник которого – чувство зависимости человека от стихийных сил природы и общества. Основу нравственности усматривал в стремлении человека к счастью, достижимому посредством «религии любви» (человеческого единения, взаимосвязи Я и Ты).

Фихте Иоганн Готлиб (1762 – 1814 гг.), немецкий философ, представитель немецкой классической философии. Отверг кантовскую «вещь в себе»; центральное понятие «учения о науке» Фихте – деятельность безличного всеобщего «самосознания», «Я», полагающего себя и свою противоположность – мир объектов, «не Я»

Фехнер Густа Теодор (1801 – 1887 гг.), немецкий физик, психолог, философ; писатель-сатирик (псевдоним – доктор Мизес). Странник панпсихизма и психофизического параллелизма. Основатель психофизики (закон Вебера-Фехнера о зависимости между ощущениями и раздражителями), способствовал внедрению экспериментально-математических методов в психологию, а также эстетику.

Форд Генри 1863 – 1947 гг.), американский промышленник, один из основателей автомобильной промышленности США.

Фрейд Зигмунд (1856 – 1939 гг.), австрийский врач-психиатр и психолог, основатель психоанализа. Принципы психоанализа распространил на различные области человеческой культуры – мифологию, фольклор, художественное творчество, религию и т.д.

Фромм Эрих (1900 – 1980 гг.), немецко-американский философ, психолог и социолог, главный представитель неотрейдизма. Пути выхода из кризиса современной цивилизации видел в создании «здорового общества», основанного на принципах и ценностях гуманистической этики (среди которых высшая – любовь), восстановлении гармонии между индивидом и природой, личностью и обществом.

Ц

Цезарь Гай Юлий (102 – 44 гг. до н.э.), римский диктатор. Полководец. Сосредоточив в своих руках ряд важнейших республиканских должностей (диктатора, консула и т.п.), стал фактически монархом.

Цицерон Марк Туллий (106 – 43 гг. до н.э.), римский политический деятель, оратор и писатель. Странник республиканского строя.

Ч

Честерфилд Филипп Дормер Стенхоп (1694 – 1773 гг.), граф, английский писатель, государственный деятель. В историю английской литературы вошел как автор «Писем к сыну», которые были высоко оценены Вольтером как образец эпистолярной прозы XVIII в. и искренний человеческий документ.

Ш

Швейцер Альберт (1875 – 1965 гг.), немецко-французский мыслитель, близкий к философии жизни, протестантский теолог и миссионер, врач, музыковед и органист. Исходный принцип мировоззрения его – «преклонение перед жизнью» как основа нравственного обновления человечества.

Шеллинг Фридрих Вильгельм (1775 – 1854 гг.), немецкий философ. Отталкиваясь от И.Г.Фихте, развил принципы объективно-идеалистической диалектики природы как живого организма, бессознательно-духовного творческого начала, восходящей системы ступеней («потенций»), характеризующейся полярностью, динамическим единством противоположностей.

Шестов Лев (наст. имя и фамилия Лев Исаакович Шварцман) (1866 – 1938 гг.), российский философ и писатель. В своей философии, насыщенной парадоксами и афоризмами, Шестов восстал против диктата разума (общезначимых истин) и гнета и общеобязательных нравственных норм над суверенной личностью. Традиционной философии он противопоставил «философию трагедии» (в центре которой - абсурдность человеческого существования), а философскому умозрению - откровение, которое даруется всемогущим Богом. Шестов предвосхитил основные идеи экзистенциализма.

Шопенгауэр Артур (1788 – 1860 гг.), немецкий философ, представитель волюнтаризма. Сущность мира у него предстает как неразумная воля, слепое бесцельное влечение к жизни. «Освобождение» от мира – через сострадание, аскетизм – достигается в состоянии буддийской нирваны (высшее состояние, цель человеческих стремлений).

Э

Энгельс Фридрих (1820 – 1895 гг.), мыслитель и общественный деятель, один из основоположников марксизма.

Эпикур (341 – 270 гг. до н.э.), древне-греческий философ. Философию делил на физику, канонику (учение о познании) и этику. Признавал бытие блаженно-безразличных богов в пространствах между бесчисленными мирами, но отрицал их вмешательство в жизнь космоса и людей. Девиз Эпикура – живи уединенно. Цель жизни – отсутствие страданий, здоровье тела и состояние безмятежности духа (атараксия). Познание природы освобождает от страха смерти, суеверий и религии вообще.

Ю

Юм Дэвид (1711 – 1776 гг.), английский философ, историк, экономист. Проблему отношения бытия и духа считал неразрешимой. Отрицал объективный характер причинности и понятие субстанции. В этике развил концепцию утилитаризма (польза, выгода), в политэкономии разделял трудовую теорию стоимости А. Смита.

Юнг Карл Густав (1875 – 1961 гг.), швейцарский психолог и философ, основатель «аналитической психологии» Развил учение о коллективном бессознательном, в образах которого видел источник общечеловеческой символики, в том числе мифов и сновидений. Цель психотерапии по Юнгу – осуществление индивидуации (выделение индивидуального из всеобщего) личности.

Я

Ямвлих (сер. III в. - около 330 г.), античный философ, ученик Порфирия, основатель сирийской школы неоплатонизма, в учение которого внес элементы восточного магизма.

Приложение 1



Рис. 1.П.1. Классический европейский покрой



Рис. 2. П.1. Английский Savile Row



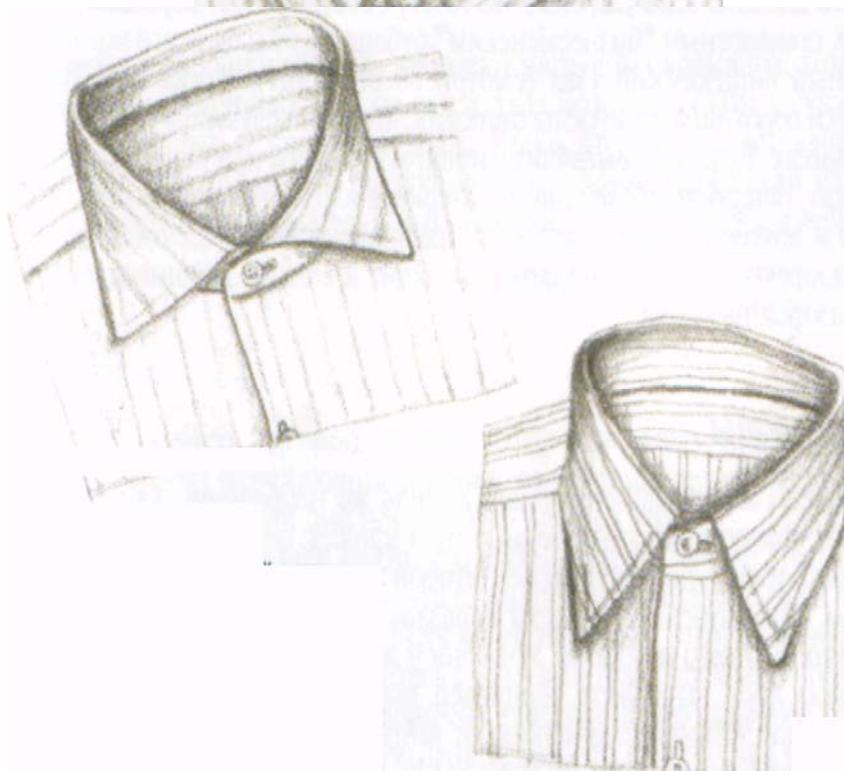
Рис. 3.П.1. Модифицированный европейский покрой



Рис. 4.П.1. Американский «мешочный» покрой



Рис. 5. с



П.1. Воротник завышенной горловиной

Рис. 6.П.1. Широкий лежащий
воротник



Рис. 7.П.1 Классический
воротник

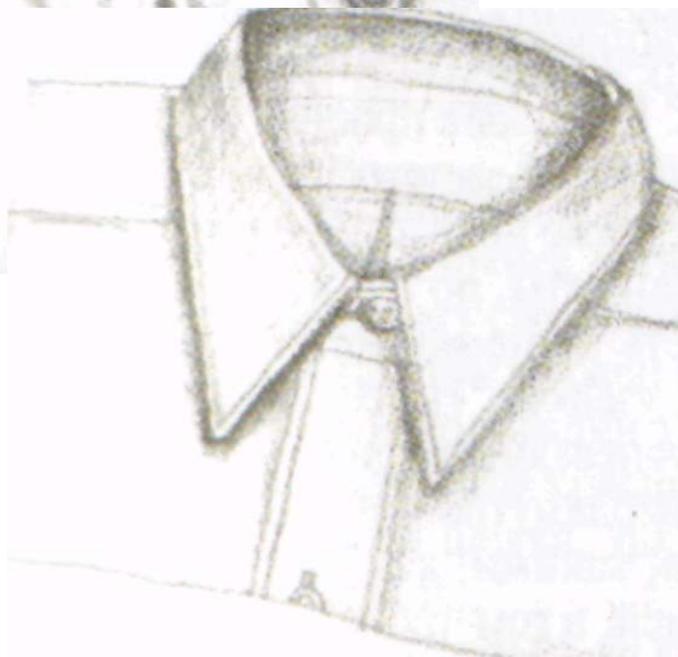


Рис.
с

8.П.1. Воротник
пуговицами в уголках

Рис. 9.П.1. Узкий стоячий воротник



Рис. 10 П.1. Классическая обувь -



Рис. 11.П.1. Туфли, изготовленные



12 П.1. Туфли, изготовленные из кожи, окрашенной в «металлический» цвет



Рис. 13.П.1. Украшения на туфлях

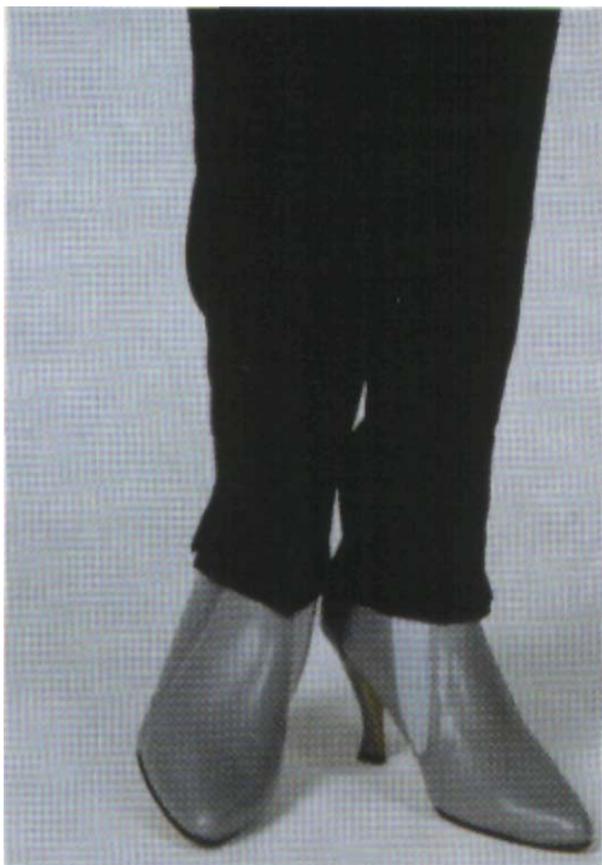


Рис. 14.П.1. Туфли белого цвета с открытым носком

Рис. 15.П.1. Туфли закрытые. Каблук - клеш

Приложение II

ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС КОМПАНИИ PROCTER & GAMBLE (P&G)

Производить товары наивысшего качества и ценности для максимального удовлетворения запросов покупателей во всем мире.

Достижение этой цели требует создания организации и условий работы, привлекающих самых достойных людей, обеспечивающих наиболее полное развитие их талантов, свободный и вдохновенный труд на благо процветания дела, сохранение и развитие исторических принципов честного отношения к труду и правильных действий

Путем успешного применения наших принципов мы сможем добиться лидирующего положения наших товаров на рынке по доле и прибыли, что приведет к процветанию общего дела, рабочих и служащих, акционеров и обществ, где мы живем и работаем.

1.Соблюдение сотрудниками P&G законов и правил деловой этики и поведения.
Компания P&G ожидает и требует от своих сотрудников во всех странах мира соблюдения всех законов и принципов, относящихся к деятельности компании. В связи с этим мы направляем вам экземпляр настоящих Правил, в котором в сжатой и доступной форме изложены принципы поведения и сотрудников P&G.

У своего непосредственного начальника вы можете получить экземпляр более полного свода Правил, а также конкретные документы, относящиеся к вашим непосредственным обязанностям. Каждый сотрудник должен знать и понимать организационно-правовые требования, предъявляемые к его должности, и информировать руководство, если он считает, что допущено нарушение закона или основных принципов деятельности P&G.

На сотрудников, допускающих нарушения закона или основных принципов деятельности P&G, либо действующих вопреки полученным ими рекомендациям юристов, налагаются дисциплинарные взыскания вплоть до увольнения.

Каждый работник обязан оберегать престиж и честное имя P&G. Если вы считаете, что какой-либо сотрудник компании, (включая работающих неполный рабочий день и временных сотрудников), консультант или работающий по контракту нарушает закон и принципы деятельности P&G, вы обязаны довести это до сведения вашего руководства.

Если по какой-либо причине вы не желаете обсуждать этот вопрос с вашим руководством, то вам необходимо обратиться в (а) Отдел безопасности компании, (b) к любому руководящему сотруднику Отдела по работе с персоналом или (с) к любому юрисконсульту P&G.

При желании сохранить анонимность вы можете позвонить по нашему бесплатному телефону «Горячая линия P&G». Все бесплатные телефонные линии работают круглые сутки, и звонки принимаются внешней организацией «Alertline».

Для того, чтобы выйти на «Alertline», необходимо сначала вызвать оператора AT&T. Номер AT&E для вашего места работы – 155-5042. После соединения попросите оператора набрать телефон «Alertline» 800-683-3738. Если вы желаете сохранить анонимность, то можете не называть свою фамилию. Однако мы просим вас предоставить достаточно информации для проведения действенного расследования по вашему сообщению.

Если вы считаете нужным назвать себя при сообщении о каких-либо действиях, которые, по вашему мнению, имеют противоправный характер, то вам необходимо помнить, что в компании категорически запрещены любые запугивания или преследования со стороны руководителей или коллег. Естественно, если вы сами нарушили какой-либо закон или принцип деятельности компании, то несете личную ответственность за свои действия.

2. Этические принципы. В Декларации цели нашей компании указывается, что P&G стремится неукоснительно соблюдать все законы и выполнять правила, существующие там, где мы осуществляем свою деятельность.

Компания ожидает, что вы изучите правовые положения и принципы, относящиеся к вашей работе в P&G, и будете трудиться с безупречной честностью и добросовестностью. Это является неотъемлемой частью вашей работы в компании.

Совершенно очевидно, что некоторые стороны предпринимательской деятельности не регламентируются законами, а требования, изложенные в отдельных законах и правилах, значительно уступают тем, которые P&G устанавливает для самой себя.

В этих случаях до принятия какого-либо решения вы должны поставить перед собой следующие вопросы:

- будет ли мой поступок наилучшим в данной ситуации?
- выдержат ли мои действия публичную огласку?
- будут ли мои действия способствовать укреплению репутации P&G как компании с высокими этическими принципами?

Если на эти вопросы нельзя безоговорочно ответить «да», не делайте того, что вы собирались сделать.

3. Политика в отношении конфликта интересов. Политика компании в отношении возможного конфликта интересов основывается на том принципе, что при принятии сотрудником решений по деловым вопросам он должен руководствоваться исключительно интересами P&G.

При этом сотрудник не должен принимать во внимание какие-либо личные или семейные соображения, которые могут явным или неявным для него образом повлиять на его суждения о том, какие действия в наибольшей степени соответствуют интересам компании.

Конфликт интересов может возникнуть, если у сотрудника P&G есть личная или семейная финансовая или иная заинтересованность в какой-либо иной организации, которая может получить выгоду от решений, принимаемых этим сотрудником при исполнении им служебных обязанностей; либо от осведомленности сотрудника относительно действий компании или ее планов на будущее.

Каждый сотрудник обязан избегать внешних финансовых или иных связей, которые могли бы отрицательно сказаться на интересах P&G, создать раздвоенность в его отношении к компании или ее интересам и препятствовать эффективному выполнению им служебных обязанностей, а также стать причиной возникновения конфликта интересов.

В качестве руководства ниже указываются области, в которых сотрудники P&G могут с наибольшей вероятностью столкнуться с конфликтом интересов. Каждый сотрудник P&G должен руководствоваться приведенным ниже перечнем применительно к самому себе и считать это одной из своих важнейших задач.

В случае вероятного возникновения конфликта интересов этот вопрос необходимо обсудить с непосредственным начальником, который затем проконсультируется с юридическим отделом. Надлежащее информирование и рассмотрение устранят опасность возникновения конфликта или укажут возможные способы его решения. При возникновении сомнений обращайтесь за консультацией.

a) *Вложение денежных средств.* Как правило, сотрудник и его ближайшие родственники не должны иметь имущественной или финансовой заинтересованности в деятельности какой-либо конкурирующей компании или же в деятельности фирмы, поставщика или заказчика, с которыми данный сотрудник взаимодействует в ходе своей работы.

Номинальная доля участия в какой-либо зарегистрированной компании, в том числе в форме портфельных инвестиций, а равно небольшая косвенная доля участия при посредстве инвестиционного фонда или трастовой компании обычно не считаются конфликтом интересов при условии, что это не сказывается на работе сотрудника, действующего от имени P&G. Сотрудник, который участвует в приобретении какого-либо товара для компании или же непосредственно связан с такими закупками, не должен лично заниматься торговлей эти товаром.

b) *Исполнение служебных обязанностей в компании или внеслужебная предпринимательская деятельность.* Сотрудники P&G должны с полной отдачей работать на благо компании. Сотрудникам не разрешается иметь посторонние деловые интересы, которые отвлекали бы существенную часть их времени или внимания от выполнения должностных обязанностей в P&G или каким-либо иным образом отрицательно сказывались на деятельности P&G.

c) *Развлечения/подарки.* Ни при каких обстоятельствах вы не имеете права принимать в связи с вашей работой какие-либо приглашения на развлечения, путешествия, спортивные мероприятия, а также принимать подарки, билеты, оплаченный отдых, личные подношения в денежной форме и т.д. Действия такого рода могут быть расценены другими лицами как принятие определенного обязательства со стороны P&G и вовлечь вас в конфликт интересов. Конечно, это не относится к таким малоценным предметам, как дешевые ручки и календари.

Кроме того, как в связи, так и вне связи с деловой встречей сотрудник P&G может время от времени принимать билеты на развлекательные мероприятия, если он платит за них сам. Допустимы также деловые встречи в ресторанах при условии, что в некоторых случаях сотрудник P&G оплачивает счет. За исключением этого ограниченного перечня случаев, никаких иных личных подарков принимать от посторонних лиц не следует.

d) *Выполнение служебных обязанностей/ предпринимательская деятельность родственников.* Если супруг (а) или близкий родственник сотрудника P&G работает в какой-либо компании, являющейся заказчиком, поставщиком или конкурентом P&G, либо владеет такой компанией, то данному сотруднику не следует участвовать в принятии решений, касающихся деловых отношений P&G с такой компанией.

Сотрудник не должен также обсуждать с этими лицами конфиденциальные действия P&G и знакомить их с конфиденциальными документами или материалами P&G. Если у сотрудника есть близкий родственник, также являющийся сотрудником компании, то данный сотрудник не должен иметь возможности оказывать какое-либо воздействие на решения относительно работы своего родственника, например, на его назначение по службе, повышение заработной платы и т.д.

e) *Поставка товаров и услуг для P&G.* Конфликт интересов также может возникнуть в том случае, если сотрудник P&G или его родственник поставляет товары и услуги для компании в качестве независимого поставщика.

Аналогичным образом личная или семейная заинтересованность в деятельности поставщика может привести к возникновению конфликта интересов, если сотрудник имеет возможность оказывать воздействие на решения какой-либо фирмы, даже если он и не участвует непосредственно в деловых отношениях P&G с данной фирмой. Как правило, необходимо избегать возникновения подобных ситуаций и во всех случаях испрашивать предварительную санкцию компании.

4. Конфиденциальная или являющаяся собственностью компании информация. В процессе своей работы в компании P&G сотрудник будет сталкиваться с информацией и материалами, имеющими конфиденциальный характер. Многие из этих информационных материалов должны рассматриваться как коммерческая тайна. Их защита от несанкционированного доступа жизненно важна для успеха деятельности компании в будущем и, таким образом, может иметь существенное значение для сохранения рабочих мест всех сотрудников.

При поступлении на работу в P&G, как, впрочем, и в любую иную компанию, новый сотрудник принимает на себя этическое и правовое обязательство не разглашать конфиденциальную или представляющую коммерческую тайну информацию, даже если в дальнейшем он примет решение уйти из данной компании.

Суды уже давно считают такую информацию собственностью компании и полностью признают отношения взаимного доверия и лояльности, существующие между работодателем и его служащими. Аналогичным образом, если сотрудник ранее работал в иной организации, он должен осознавать, что не имеет права разглашать конфиденциальную информацию предыдущего работодателя.

Для сотрудника, которому доверена конфиденциальная информация, наиболее надежный и по сути дела единственный гарантированный способ избежать ее случайного разглашения является твердое решение не обсуждать ее в общественных местах. Такая информация не должна обсуждаться с кем-либо, за исключением сотрудников P&G, которым она необходима для выполнения служебных обязанностей.

Следует также воздерживаться от обсуждения подобной информации с членами семьи, так как это обсуждение налагает на них обязательство хранить эту информацию в тайне. К тому же нельзя ожидать, что эти лица будут помнить, что именно не следует разглашать.

Все сотрудники компании должны хорошо знать и соблюдать правила безопасности, созданные для защиты конфиденциальной информации от разглашения. Это самый действенный способ избежать случайного раскрытия конфиденциальной информации.

5. Поведение на рабочем месте. Наша принципиальная политика заключается в том, что мы относимся ко всем нашим коллегам в компании с уважением. Компания стремится создать на работе безопасные, здоровые и стимулирующие высокую производительность труда условия. Каждый сотрудник несет личную ответственность перед коллегами и компанией за содействие в устранении причин и обстоятельств, подрывающих такие условия и отрицательно сказывающихся на обстановке в коллективе.

P&G руководствуется правилом приема на работу на основе оценки профессиональных качеств кандидатов и с учетом требований, предъявляемых к данной должности. Более того, необходимо всемерно стремиться к тому, чтобы все кандидаты имели равные возможности при поступлении на любую работу на любом должностном уровне.

P&G ожидает, что при приеме на работу каждый сотрудник будет поддерживать компанию в ее стремлении создать равные условия для всех кандидатов. P&G берет на себя обязательство соблюдать все действующие законы и правила в отношении равных возможностей при приеме на работу, недопущения дискриминации и соблюдения иных положений трудового законодательства.

Для успеха своей деятельности P&G считает необходимым, и это является нашей политикой, создавать на своих предприятиях моральный климат, который полностью исключил бы не только дискриминацию, но и любые преследования или запугивание по причине расы, цвета кожи, религии, пола, возраста, национального происхождения, гражданства, сексуальных склонностей или физической неполноценности.

Сотрудникам рекомендуется информировать свое руководство о любых проблемах или конфликтах такого рода. Непременным условием работы каждого сотрудника в компании является недопущение подобного поведения. При нарушении этого правила принимаются строгие дисциплинарные меры воздействия, вплоть до увольнения.

Не допускается нахождение на рабочем месте алкогольного или наркотического опьянения, так как это может поставить под угрозу безопасность труда. Должны быть приняты надлежащие меры для недопущения того, чтобы употребление сотрудниками алкоголя или наркотических средств оказывало отрицательное воздействие на безопасность и успешное ведение нашего бизнеса.

P&G преисполнена решимости создать на работе обстановку, в которой будут исключены любые исследования по причине расы, пола, цвета кожи, религии, происхождения, возраста, сексуальных склонностей, физической неполноценности или любых иных качеств, не влияющих на выполнение должностных обязанностей.

Категорически запрещаются какие-либо действия любого сотрудника P&G по отношению к другому сотруднику, заказчику или поставщику, которые могут быть квалифицированы как преследование, вне зависимости от того, где такие действия имеют место. Такая политика, включая нижеследующие положения, должна быть разъяснена всем сотрудникам.

Преследованием является поведение, ущемляющее достоинство какого-либо лица и имеющее характер оскорбления, в случаях, когда человек, отдающий себе отчет в своих действиях, понимал бы, что его поведение вызывает отрицательную реакцию. Такое поведение может сказываться на способности сотрудника в максимальной степени проявить свои возможности на работе в компании или же может создать в коллективе обстановку вражды.

Если сотрудник считает, что является объектом преследования, ему рекомендуется незамедлительно информировать об этом компанию с целью возбуждения расследования и принятия соответствующих мер.

При возникновении такой ситуации сотрудник может по своему усмотрению поставить в известность своего непосредственного начальника, руководителя на следующем должностном уровне или же сотрудника отдела по работе с персоналом. P&G оперативно проведет тщательное расследование любых заявлений о преследовании, примет в случае необходимости действенные меры и защитит сотрудника от мести или иных враждебных действий по причине обоснованной жалобы.

Такая политика означает, что для каждого сотрудника неперенным условием работы в компании является недопущение действий, квалифицируемых как преследование. Если в нарушение этой политики имеют место действия такого рода, эти действия рассматриваются исключительно как поступок виновного сотрудника, а не какая-либо акция, осуществленная P&G либо от ее имени.

При нарушении этого правила в необходимых случаях принимаются строгие меры дисциплинарного воздействия, вплоть до увольнения. В отдельных случаях виновный сотрудник будет обязан возместить соответствующие затраты компании или понесет материальную ответственность, определенную судом.

Каждый сотрудник P&G обязан поставить администрацию в известность о ситуациях, в которых на месте работы возникают или могут возникнуть акты насилия, и, в частности, о применении силы или угроз применения силы в отношении сотрудников, а равно о действиях, которые могут повлечь за собой имущественный ущерб.

Руководители должны оперативно и действенно реагировать как на сообщения такого рода, так и на предупреждения сотрудников относительно возможных актов насилия. В указанных ситуациях для действенного урегулирования таких инцидентов должны также незамедлительно привлекаться служба безопасности и отдел по работе с персоналом (отделение трудовых отношений).

Если руководству становится известно о ситуации, в которой вероятны акты насилия, оно должно принять надлежащие предупредительные меры для устранения или сведения к минимуму возможности таких действий. При этом руководители должны действовать таким образом, чтобы не допустить ущемления профессионального и личного достоинства своих подчиненных и в особенности избегать любых провоцирующих действий, которые вместо ликвидации конфликтной ситуации могут привести к ее обострению.

Любой человек, который угрожает насилием или же фактически применяет силу в помещениях, принадлежащих P&G, должен быть как можно быстрее удален из этих помещений (но с учетом общей безопасности сотрудников) и не должен допускаться в эти помещения P&G вплоть до завершения расследования соответствующего инцидента.

6. Подкуп в коммерческих отношениях. Во многих странах, и в том числе в США подкуп в коммерческих отношениях является противоправным актом и карается как уголовное преступление. Выплата каких-либо сумм или дача взяток лицам, находящимся на службе у заказчиков либо поставщиков P&G, а равно получение взяток или принятие денежных сумм сотрудниками P&G влечет за собой строгие дисциплинарные меры в отношении виновного со стороны компании, вплоть до возбуждения уголовного дела.

Даже в тех странах, где подобные действия с формальной точки зрения могут и не считаться противоправными, компания их категорически запрещает. В условиях конкуренции P&G всегда должна действовать честно и прежде всего полагаться на высокое качество своей продукции.

7. Политика в отношении безопасности труда, охраны здоровья и защиты окружающей среды. P&G соблюдает все действующие законы и правила, относящиеся к нашей продукции и деятельности. Нарушения законов влекут за собой личную и корпоративную ответственность и могут поставить компанию перед необходимостью возмещения убытков.

Сотрудники P&G должны знать законы, которые регламентируют их деятельность, и выполнять их, используя все надлежащие средства, имеющиеся в распоряжении компании. Более того, каждый сотрудник должен знать и соблюдать в своей повседневной работе правила безопасности труда и охраны окружающей среды.

Сотрудники, в обязанность которых входит оценка безопасности наших продуктов, должны принимать все возможные меры для того, чтобы характеристики продуктов, их изготовление, а также оценка результатов исследований соответствовали наивысшим профессиональным и научным стандартам, а компания и потребители были уверены в полной безопасности нашей продукции.

Не менее важно, чтобы при оценке безопасности изделий руководители и разработчики учитывали все имеющиеся мнения. Руководители должны избегать действий, препятствующих свободному обмену мнениями или направленным на его ограничение.

Ниже излагаются основные принципы, которыми мы руководствуемся при осуществлении мероприятий по обеспечению безопасности нашей продукции:

наши изделия должны быть безопасны для людей и окружающей среды при условии их правильного использования в предусмотренных целях;

программа испытания предлагаемых покупателям изделий должна гарантировать их безопасность;

наши программы должны опираться на все более глубокое научное изучение продуктов и их компонентов. Для того, чтобы в наших исследованиях и оценке безопасности продукции учитывались наиболее профессиональные научные заключения, в том числе и критические, необходимо привлекать к этой работе независимых экспертов как состоящих, так и не состоящих на службе в компании;

P&G взяла на себя обязательство выполнять все законодательные и нормативные требования в отношении разработки и маркировки изделий или же вводить еще более жесткие внутренние нормативы.

P&G традиционно стремится к созданию на всех своих предприятиях в различных странах мира безопасных условий работы и экологически чистой рабочей среды. Эта политика обеспечивается соблюдением внутренних нормативных требований, действующих на всех предприятиях.

Эти требования нередко превышают по своей жесткости дух и букву местных законов и правил. Работа по поддержанию таких условий ведется на предприятиях в рамках программы по охране окружающей среды, в осуществлении которых участвуют специалисты юридического, инженерного и производственного отделов.

Политика P&G, направленная на создание благоприятной экономической обстановки на всех предприятиях компании в различных странах, предусматривает, что мы будем непрерывно стремиться к улучшению условий, в которых работают наши сотрудники.

Для достижения этой цели P&G проводит следующую политику:

выполнение требований всех законов и правил или еще более жестких нормативов;

обеспечение безопасности производственной деятельности наших работников, работников соседних предприятий, а также на территориях, прилегающих к нашим производственным объектам;

уменьшение или полное устранение отрицательного воздействия нашей производственной деятельности на окружающую среду;

оценка нашей работы по охране окружающей среды, ставя своей целью ее непрерывное совершенствование;

предоставление заказчикам конкретной информации относительно воздействия наших производств на окружающую среду;

обеспечение понимания нашими сотрудниками правил охраны окружающей среды и их выполнения в ходе ежедневной деятельности;

подготовка рабочих нормативов, программ и материально-технических средств, необходимых для реализации этой политики.

Ответственность за нарушение экологических нормативов. Как указано в Принципах экологической политики, определяющим в этой деятельности является соблюдение соответствующих законов, что составляет наиболее важную задачу экологических программ P&G. Компания обеспечивает строгое соблюдение законов, независимо от того, как их выполнение контролируется местными органами.

При выявлении каких-либо отклонений от требований законов необходимо направлять о них надлежащие уведомления, и незамедлительно устранять эти отклонения еще до того, как они приобретут серьезный характер. Руководители предприятий должны разрабатывать и осуществлять план мероприятий на будущее, обеспечивающий соблюдение соответствующих нормативов.

При отсутствии надлежащих законодательных норм или в случаях, когда защита окружающей среды должна осуществляться в порядке, не регламентированном законом, наши предприятия должны принимать меры для обеспечения безопасности своей производственной деятельности для соседних предприятий и районов, а также для окружающей среды.

С целью создания условий, обеспечивающих соблюдение экологических нормативов в долгосрочном плане, подразделения P&G во всех странах разработали производственные стандарты и типовые методики, в частности:

определяющие ответственность исполнителей на местах, на региональном уровне и в центре, предусматривающие наличие на каждом предприятии квалифицированного специалиста по вопросам экологии, а также необходимую подготовку сотрудников и персонала подрядчиков, работающих на местах;

обязывающие предприятия контролировать объем выбросов и обеспечивать удаление отходов экологически безопасным способом;

обязывающие предприятия иметь средства, обеспечивающие минимизацию вреда от случайных выбросов и(или) утечек, и разрабатывать специальные планы мероприятий по недопущению опасных ситуаций;

обязывающие предприятия ежегодно проводить обследования и(или) оценки основных факторов риска и разрабатывать целевые планы повышения экологической безопасности с учетом таких факторов, как отходы, затраты, долгосрочные риски и функциональные возможности систем.

Каждые полгода производится оценка экологических мероприятий, осуществляемых как на региональном уровне, так и в масштабе всей компании, о чем представляется отчет руководству. Благодаря такой системе обеспечивается разработка соответствующих планов совершенствования и выделение ресурсов, необходимых для их реализации.

Привлечение к уголовной ответственности за нарушения законов охраны окружающей среды стало сейчас весьма распространенным явлением. Для соблюдения этих законов государственные органы всех уровней широко используют практику привлечения предприятий и их сотрудников к судебной ответственности.

В некоторых случаях даже не уведомление о каком-либо факте, создающем угрозу окружающей среде, может повлечь за собой строгую уголовную ответственность. Помимо штрафов, взыскиваемых по уголовным делам, и тюремного заключения нарушения природоохранного законодательства могут повлечь за собой большие штрафы по гражданским искам.

8. Честность в отношениях с заказчиками и поставщиками. P&G ставит перед собой задачу производить товары наивысшего качества и потребительской ценности для максимального удовлетворения запросов покупателей. Успех нашей деятельности зависит от создания благоприятных отношений с нашими заказчиками, основанных на добросовестности, соблюдении этических норм и взаимном доверии. P&G осознает, что у наших заказчиков имеются индивидуальные потребности и запросы, которые создают превосходные возможности для успешного взаимодействия на благо обеих сторон.

В своих взаимоотношениях с поставщиками в любой стране мира компания руководствуется принципами честности, справедливости, взаимного уважения и отсутствия дискриминации. P&G стремится создать систему всесторонней поддержки поставщиков, способствующую общему процветанию, а также долгосрочному сотрудничеству на прочной основе.

Все сотрудники, которые взаимодействуют с уже существующими или потенциальными поставщиками, вне зависимости от того, осуществляется ли такое взаимодействие периодически или эпизодически, непосредственно либо через третьих лиц, должны руководствоваться политикой компании в отношении конфликта интересов (раздел 3), а также нижеследующими положениями:

a) приобретение материалов и услуг производится на основе оценки преимуществ предложений (с учетом их общей стоимости) конкурирующих поставщиков;

b) все переговоры с уже имеющимся или возможным поставщиком должны ограничиваться исключительно потребностями компании, а также материалами/услугами, предлагаемыми данным поставщиком, либо запрашиваемыми у него. Никакого обсуждения взаимоотношений компании с иными поставщиками в настоящем или будущем не допускается;

c) компания не практикует и не одобряет принцип взаимности во взаимоотношениях с поставщиками по любому направлению нашей деятельности. Материалы и услуги, необходимые компании, приобретаются исключительно на основе их качества; продукция, реализуемая компанией, также предлагается исключительно на той же основе;

d) сотрудники P&G, принимающие решения относительно закупок, не должны обращаться к действующим или потенциальным поставщикам от имени благотворительных, общественных или иных организаций с просьбами о предоставлении денежных пожертвований или иных услуг.

9. Достоверность учетной документации компании. Вся документация относительно деловой активности компании должна быть точной, достоверной и полной без каких-либо ограничений или оговорок. Это означает, что достоверность любой документации определяется как ее фактической точностью, так и этической оценкой и соответствием этическим нормам.

Сотрудники P&G, участвующие в подготовке, оценке и ведении документации компании, должны помнить, что компания не допускает и не санкционирует наличия какого-либо фонда денежных средств, который не отражен в бухгалтерской документации, вне зависимости от целей, для которых эти средства могут быть предназначены. Это означает, без всяких исключений, что все средства компании должны быть отражены в официальной учетной документации компании и что каждая проводка и счет должны быть точно и полно определены по своему характеру и назначению.

Компания категорически не допускает сокрытия каких-либо платежей посредством их проведения через бухгалтерские книги и счета третьих лиц и, в частности, агентов или консультантов.

Подразделения P&G во всех странах обязаны соблюдать все местные и государственные законоположения в отношении точного и полного ведения бухгалтерских книг и документации компании.

При ведении учетной документации, так же как и при исполнении иных обязанностей, сотрудники должны действовать честно, объективно и добросовестно. Добросовестность предполагает, что сотрудник ни при каких обстоятельствах не должен соглашаться на участие в противоправных или неэтичных действиях. Никаких оправданий для создания умышленно искаженного или вводящего в заблуждение учетного документа компании быть не может.

10. Правительство как заказчик. Продукция P&G часто закупается государственными организациями для собственного использования или поставки соответствующим потребителям в вооруженных силах. Политика P&G требует строгого соблюдения законов и правил, регулирующих приобретение товаров и услуг государственными организациями как в Соединенных Штатах, так и в любой другой стране.

Сотрудники, принимающие участие в поставках государственным организациям, должны знать эти законодательные акты и правила, часто выходящие за рамки чисто коммерческих функций (к таким вопросам относятся, например, система найма на работу, содействие поставщикам, относящимся к национальным меньшинствам или же являющимся предприятиями малого бизнеса и т.д.).

Сотрудники, участвующие в заключении и выполнении государственных контрактов, должны следить за точностью и достоверностью всех статей и обязательств, включая данные о стоимости и иные финансовые сведения, представляемые должностным лицам, ведающим закупками.

11. Отношения с государственными служащими. Политика P&G предусматривает соблюдение всех действующих законов, правил и положений, касающихся лоббирования или попыток оказать влияние на государственных служащих. Предоставляемая государственным органам информация должна быть точной, взаимодействие с государственными служащими должно осуществляться в строгом соответствии с этическими нормами. Любые действия, которые могут рассматриваться как лоббирование или попытка оказать влияние на государственных служащих, должны быть сначала согласованы с руководством вашей организации и юридическим отделом.

12. Выводы. В настоящих Правилах обобщены основные принципы, которые уже в течение многих лет регламентируют деятельность и решения сотрудников P&G. Этот документ напоминает всем нам, что работники P&G, вне зависимости от места и характера своей деятельности, должны вести себя как представители компании в соответствии с самыми строгими этическими нормами.

Совершенно очевидно, что в краткой брошюре такого рода или даже в полном варианте «Правил деловой этики» невозможно предусмотреть все ситуации, в которых сотруднику придется решать вопросы, связанные с соблюдением законов и этических норм.

В компании уже имеются подробные указания и инструкции по большинству тем, затронутых в настоящей брошюре, и эти документы должны быть основой для действий и(или) решений. В случае, если ни в этой брошюре, ни в инструкциях нет достаточно четких указаний в отношении какой-либо конкретной ситуации, сотрудник должен проконсультироваться со своим руководителем и иными компетентными должностными лицами компании.

С первых лет существования компании P&G ее основатели положили начало традиции честности и добросовестности во взаимоотношениях как внутри компании, так и вне ее. Этот принцип – «стремиться поступать наилучшим образом» - составляет основную черту всей деятельности компании. Наше руководство неоднократно подчеркивало, что именно такой характер компании составляет основу, которая позволяет ей оставаться монолитной во времена перемен или испытаний.

Ввиду того, что в конечном счете характер компании представляет собой лишь отражение деятельности ее коллектива, каждый сотрудник несет постоянную личную ответственность за то, чтобы в своих отношениях с заказчиками, поставщиками, коллегами, акционерами и общественностью компания, как и ранее, продолжала свое стремление «поступать наилучшим образом».

Примечание. Принимая и публикуя принципы, положенные в основу настоящих Правил деловой этики, P&G со всей определенностью заявляет, что

(1) в некоторых отношениях эти принципы выходят за рамки требований законов и отраслевой практики;

(2) ни одно положение, содержащееся в настоящем документе, не может рассматриваться или применяться как имеющее обязательную силу толкование или определение правовых норм либо отраслевой практики;

(3) любое умышленное противоправное действие совершенное сотрудником или агентом P&G, выходит за рамки полномочий такого лица и не является действием, совершенным самой компанией или от ее имени;

(4) ни одно положение, содержащееся в настоящем документе, не направлено на предоставление сотрудникам каких-либо договорных прав, которые могут быть реализованы в принудительном порядке;

(5) ни одно положение настоящего документа не заменяет и не отменяет местных должностных инструкций и(или) аналогичных правил

Приложение III

ХАРТИЯ ТУРИЗМА¹

Статья I.

1. Право каждого человека на отдых и досуг, включая право на разумное ограничение рабочего дня и на оплачиваемый периодический отпуск, а также право свободно передвигаться без ограничений, кроме тех, которые предусмотрены законом, признается во всем мире.

2. Использование этого права составляет фактор социального равновесия и повышения национального и всеобщего сознания.

Статья II.

Как следствие этого права, государства должны разрабатывать и проводить политику, направленную на обеспечение гармоничного развития внутреннего и международного туризма, а также заниматься организацией отдыха на благо всех тех, кто ими пользуется.

Статья III.

С этой целью государства следует:

а) содействовать упорядоченному и гармоничному росту как внутреннего, так и международного туризма;

б) приводить туристскую политику в соответствие с политикой общего развития, проводимой на различных уровнях – местном, региональном, национальном и международном, и расширять сотрудничество в области туризма как на двухсторонней, так на многосторонней основе, включая для этой цели также возможности Всемирной Туристской Организации;

в) уделять должное внимание принципам Манильской декларации по мировому туризму и Документу Акапулько «при разработке и осуществлении, где это уместно, своей политики, планов и программ в области туризма в соответствии со своими национальными приоритетами и в рамках программы работы Всемирной Туристской Организации»²;

г) содействовать принятию мер, позволяющих каждому участвовать во внутреннем и международном туризме, особенно посредством регулирования рабочего времени и досуга, установления или улучшения системы ежегодных оплачиваемых отпусков и равномерного распределения дней таких отпусков в течение года, а также уделения особого внимания молодежному туризму, туризму людей преклонного возраста и лиц с физическими недостатками;

д) защищать в интересах настоящего и будущих поколений туристскую среду, которая, включая в себя человека, природу, общественные отношения и культуру, является достоянием всего человечества.

Статья IV.

Государствам следует также:

а) содействовать доступу туристов – граждан своих стран и иностранных туристов – к общественному достоянию посещаемых мест, применяя положения существующих документов по упрощению формальностей, выпущенных Организацией Объединенных Наций, Международной организацией гражданской авиации, Международной морской организацией, Советом таможенного сотрудничества или любой другой организацией, в частности Всемирной Туристской Организацией, с учетом постоянного сокращения ограничений на путешествия;

б) способствовать росту туристского сознания и содействовать контактам посетителей с местным населением с целью улучшения взаимопонимания и взаимного обогащения;

в) обеспечивать безгласность посетителей и их имущества посредством превентивных мер и мер защиты;

г) предоставлять возможно лучшие условия гигиены и доступа к службам здравоохранения, а также предупреждения инфекционных заболеваний и несчастных случаев;

д) предотвращать любую возможность использования туризма для эксплуатации других в целях проституции;

е) усиливать в целях защиты туристов и местного населения меры по предупреждению нелегального использования наркотиков.

Статья V.

Наконец, государствам следует:

а) позволять туристам – гражданам своей страны и иностранным туристам передвигаться свободно по стране, без ущерба для каких-либо ограничительных мер, принятых в национальных интересах отношении определенных районов территории;

б) не допускать каких-либо дискриминационных мер в отношении туристов;

в) давать туристам возможность быстрого к административным и юридическим службам, а также представителям консульств и предоставлять в их распоряжение внутренние и внешние общественные средства связи;

г) содействовать информированию туристов с целью создания условий для понимания обычаев местного населения в местах транзита и временного пребывания.

Статья VI.

1. Местное население в местах транзита и временного пребывания имеет право на свободный доступ к своим собственным туристским ресурсам, обеспечивая своим отношением и поведением бережное отношение к окружающей природной и культурной среде.

2. Оно также вправе ожидать от туристов понимания и уважения их обычаев, религий и прочих сторон их культуры, которые являются частью наследия человечества.

3. В целях содействия такому пониманию и бережному отношению необходимо способствовать распространению соответствующей информации:

а) об обычаях местного населения, его традиционной и религиозной деятельности, местных запретах и священных местах и святынях. Которые должны уважаться;

б) об их художественных, археологических и культурных ценностях, которые должны быть сохранены;

в) о фауне, флоре и других природных ресурсах, которые должны быть защищены.

¹ Доклад ВТО А/6/11 «а» Рез. 1. София, 22 сентября 1985 г.

² Резолюция 38/146, принятая Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций на XXXVIII сессии 19 декабря 1983 г.

Статья VII.

Местному населению в местах транзита и временного пребывания предлагается принимать туристов с возможно лучшим гостеприимством, вежливым обращением и уважением, необходимыми для развития гармоничных человеческих и общественных отношений.

Статья VIII.

1. Работники в области туризма и поставщики услуг для туризма и путешествий могут внести положительный вклад в развитие туризма и в претворение в жизнь положений настоящей Хартии.

2. Они должны придерживаться принципов настоящей Хартии и соблюдать любые обязательства, взятые на себя в рамках их профессиональной деятельности, обеспечивая высокое качество предоставляемого туристского продукта в целях содействия утверждению гуманистического характера туризма.

3. Они должны, в частности, препятствовать поощрению использования туризма для всех видов эксплуатации других людей.

Статья IX.

Необходимо оказывать содействие работникам в области туризма и поставщикам услуг для туризма и путешествий путем предоставления им через соответствующие национальные и международные законодательства необходимых условий, позволяющих им:

а) заниматься своей деятельностью при благоприятных условиях, без каких-либо помех или дискриминаций;

б) использовать общую и техническую профессиональную подготовку как внутри страны, так и за границей в целях обеспечения квалифицированными людскими ресурсами;

в) сотрудничать между собой, а также с публичными властями через национальные и международные организации в целях улучшения координации их деятельности и улучшения качества предоставляемых услуг.

КОДЕКС ТУРИСТА

Статья X.

Туристы должны своим поведением способствовать взаимопониманию и дружеским отношениям между народами как на национальном, так и на международном уровне и таким образом содействовать сохранению мира.

Статья XI.

1. В местах транзита и временного пребывания туристы должны уважать установившийся политический, социальный, моральный и религиозный уклад и подчиняться действующим законам и правилам.

2. В этих же местах туристы должны:

а) проявлять самое большое понимание в отношении обычаев, верований и поступков местного населения и самое большое уважение в отношении природного и культурного достояния последнего;

б) воздерживаться от подчеркивания экономических, социальных и культурных различий, существующих между ними и местным населением;

в) быть восприимчивыми к культуре местного населения, принимающего туристов, являющейся неотъемлемой частью общего достояния человечества;

г) препятствовать эксплуатации других в целях проституции;

д) воздерживаться от торговли, провоза и употребления наркотиков или других запрещенных препаратов.

Статья XII.

Во время путешествия из одной страны в другую и в пределах принимающей страны туристы должны через соответствующие правительственные меры иметь возможность для своего блага пользоваться:

а) смягчением административного и финансового контроля;

б) возможно лучшими условиями на транспорте и в течение временного пребывания, которые могут быть предоставлены поставщиками туристских услуг.

Статья XIII

1. Туристам следует предоставлять свободный доступ как внутри, так и за пределами своих стран к местам и отдельным районам туристского интереса и свободу передвижения, учитывая при этом соответствующие правила и ограничения.

2. По прибытии к местам и отдельным районам туристского интереса, а также на протяжении всего их транзита и временного пребывания туристы для своего блага должны располагать:

а) объективной, точной и исчерпывающей информацией об условиях и возможностях, предоставляемых в течение их путешествия и временного пребывания официальными туристскими организациями и поставщиками туристских услуг;

б) личной безопасностью, безопасностью своего имущества, а также защитой своих прав как потребителей;

в) соответствующей общественной гигиеной, особенно в средствах размещения, общественного питания и на транспорте; информацией об эффективных мерах по предупреждению инфекционных заболеваний и несчастных случаев, а также беспрепятственным доступом к службам здравоохранения;

г) доступом к быстрой и эффективной общественной связи внутри страны, а также с внешним миром;

д) административными и юридическими процедурами и гарантиями, необходимыми для защиты их прав;

е) возможностью исповедания своей собственной религии и соответствующими условиями для этой цели.

Статья XIV

Каждый человек имеет право ставить в известность представителей законодательных органов и общественных организаций о своих потребностях, чтобы в полной мере осуществлять свое право на отдых и проведение досуга с тем, чтобы пользоваться преимуществами туризма в наиболее выгодных условиях, а там, где это уместно, и в соответствии с законом, объединяться с другими для этой цели.

В соответствии с Уставом ООН выполняет задачи, касающиеся разрешения международных проблем экономического, социального и гуманитарного характера, и в поощрении и развитии уважения к правам человека и основным свободам для всех, без различия расы, пола, языка и религии.

Приложение IV

ГЛОБАЛЬНЫЙ ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС ТУРИЗМА

Одобен на Генеральной ассамблее Всемирной туристской организации (ВТО) в Сантьяго (Чили)
1 октября 1999 г.

Статья 1. Вклад туризма во взаимопонимание и уважение между народами и обществами

1. Понимание и распространение общечеловеческих этических ценностей в духе терпимости и уважения разнообразия религиозных, философских и нравственных убеждений являются одновременно основой и следствием ответственного туризма; участники туристского процесса и сами туристы должны принимать во внимание социально-культурные традиции и обычаи всех народов, включая национальные меньшинства и коренные народы, и признавать их достоинство.

Туристскую деятельность необходимо осуществлять в гармонии со специфическими особенностями и традициями принимающих регионов и стран, соблюдая при этом их законы, обычаи и традиции.

Принимающие сообщества, с одной стороны, и местные участники туристского процесса, с другой стороны, должны знакомиться и проявлять уважение к туристам, которые их посещают, получать представление об их образе жизни, вкусах и ожиданиях; образование и профессиональная подготовка работников сектора способствуют гостеприимному приему.

Государственные власти должны обеспечивать защиту туристов и посетителей, их имущества; они должны уделять особое внимание безопасности иностранных туристов, учитывая их особую потенциальную уязвимость; они содействуют принятию конкретных мер по информации, профилактике, защите, страхованию и помощи, отвечающих их потребностям; необходимо строго осуждать и подавлять в соответствии со своим соответствующим национальным законодательством покушения, нападения, ограбления и угрозы, касающиеся туристов и работников туристской индустрии, а также преднамеренное нанесение ущерба туристским объектам и объектам культурного и природного наследия.

Во время путешествий туристы и посетители не должны допускать никаких преступных деяний или действий, которые могут рассматриваться как преступные по законам посещаемой страны, а также поведения, которое может представляться вызывающим или даже оскорбительным для местного населения и которое может нанести ущерб местной среде; туристы и посетители не должны участвовать в обороте наркотиков, оружия, древностей, охраняемых видов фауны и флоры, а также предметов и веществ, которые опасны или запрещены национальным законодательством.

Туристы и посетители должны еще до выезда стараться ознакомиться с характеристиками стран, которые они намерены посетить; они должны осознавать риски для здоровья и безопасности, которые неизбежно связаны с выездами за пределы своей обычной среды, и вести себя таким образом, чтобы свести эти риски к минимуму.

Статья 2. Туризм – фактор индивидуального и коллективного совершенствования

1. Туризм – деятельность, чаще всего ассоциирующаяся с отдыхом, досугом, спортом и общением с культурой и природой, должен планироваться и практиковаться как привилегированное средство индивидуального и коллективного совершенствования; когда туризм практикуется с духовным раскрепощением, он становится уникальным фактором самообразования, терпимости и познания законных различий между народами и культурами и их разнообразия.

2. Во всех видах туристской деятельности необходимо соблюдать равенство мужчин и женщин; они должны способствовать обеспечению прав человека и особенно специфических прав наименее защищенных групп населения, особенно, детей, пожилых лиц и инвалидов, этнических меньшинств и коренных народов.

3. Эксплуатация человека во всех ее формах, особенно, по отношению к детям, противоречит основным целям туризма и является отрицанием туризма и в этой связи, в соответствии с международным правом, должна энергично преследоваться при сотрудничестве всех заинтересованных государств без каких-либо уступок в соответствии с национальным законодательством как посещаемых стран, так и стран происхождения авторов этих деяний, даже когда они совершаются за границей.

Особо полезными формами туризма, которые следует поощрять, являются поездки с религиозными, оздоровительными, образовательными целями, а также для культурных и языковых обменов.

Следует поощрять введение в образовательные программы о ценности туристских обменов, их экономических, социальных и культурных выгод, а также о связанных с ними рисках.

Статья 3. Туризм – фактор устойчивого развития

1. Все участники туристского процесса обязаны охранять природную среду и ресурсы в целях обеспечения здорового поступательного и устойчивого экономического роста на благо равноправного удовлетворения потребностей и устремлений сегодняшних и завтрашних поколений.

2. Центральные, региональные и местные власти должны оказывать первоочередное внимание и стимулировать в финансовом плане все те формы развития туризма, которые позволяют экономить редкие и ценные природные ресурсы, особенно, воду и энергию, а также в максимально возможной степени избегать образования отходов.

3. С целью уменьшения давления туристской деятельности на окружающую среду и для повышения ее полезного воздействия на туристскую индустрию и на местную экономику, следует содействовать более равномерному распределению потоков туристов и посетителей по времени и

пространству, особенно, связанных с оплачиваемыми отпусками и школьными каникулами, а также способствовать сглаживанию сезонности.

4. Следует планировать объекты туристской инфраструктуры и виды туристской деятельности таким образом, чтобы обеспечивать защиту природного наследия, (второе составляют экосистемы и биологическое разнообразие, а также охранять виды дикой фауны и флоры, которым грозит исчезновение; участники туристского процесса, и особенно, профессионалы сферы туризма должны соглашаться с установлением определенных ограничений и пределов на деятельность, которую они осуществляют в особо уязвимых местах – зоны пустынь, полярные и высокогорные районы, прибрежные зоны, тропические леса и влажные зоны, которые подходят для создания природных парков или охраняемых заповедников.

5. Природный туризм и экотуризм признаются как особо обогащающие и ценные формы туризма в силу того, что они проявляют уважение к природному наследию и местному населению и соблюдают потенциал приема туристских объектов.

Статья 4. Туризм – сфера, использующая культурное наследие человечества и вносящая свой вклад в его обогащение

1. Туристские ресурсы являются всеобщим достоянием человечества; сообщества, на территории которых они расположены, обладают по отношению к ним особыми правами и обязанностями.

2. Туристская политика и деятельность осуществляются на основе уважения художественного, археологического и культурного наследия в целях его защиты и сохранения для будущих поколений; особое внимание при этом уделяется охране и заботе о памятниках, святилищах и музеях, которые должны быть широко открыты для посещения туристами; следует поощрять доступ публики к культурным ценностям и памятникам, находящимся в частном владении, при уважении прав их владельцев, а также в здании религиозного характера, без ущерба для культовых потребностей.

3. Финансовые средства, получаемые благодаря посещениям объектов и памятников культуры, следует хотя бы частично использовать для поддержания, охраны улучшения и реставрации этого наследия.

4. Туристскую деятельность следует планировать таким образом, чтобы обеспечить сохранение и процветание традиционных ремесел, культуры и фольклора, а не вести к их стандартизации и обеднению.

Статья 5. Туризм – деятельность, выгодная для принимающих стран и сообществ

1. Профессионалы сферы туризма обязаны предоставлять туристам объективные правдивые сведения о местах назначения и об условиях поездки, приема и пребывания; они должны обеспечивать ясность положений договоров, предлагаемых их клиентам как в плане характера, цены и качества услуг, которые они обязуются предоставить, так и в плане финансовых обязательств в случае одностороннего нарушения договорных обязательств с их стороны.

2. Профессионалы сферы туризма, в той степени, в которой это от них зависит, совместно с государственными властями должны заботиться о безопасности, предотвращении несчастных случаев, охране здоровья и гигиене питания для лиц, обращающихся за их услугами; они должны обеспечивать надлежащие системы страхования и помощи; брать обязательство отчитываться в соответствии с условиями, предусмотренными в их национальном законодательстве, и предоставлять справедливую компенсацию при невыполнении своих договорных обязательств.

3. Профессионалы сферы туризма, в той степени, в которой это от них зависит, должны содействовать культурному и духовному совершенствованию туристов и позволять им отправлять в ходе поездок свои религиозные потребности.

4. Власти государств, направляющих и принимающих туристов, в контакте с заинтересованными профессионалами сферы туризма и их ассоциациями, должны обеспечивать принятие и соблюдение туристскими компаниями вышеуказанных правил и обязательств по репатриации туристов в случае несостоятельности компаний, организовавших их поездки.

5. Правительства имеют право – и несут обязанность – особенно в кризисных ситуациях, информировать своих граждан о сложных условиях и даже опасностях, с которыми они могут

столкнуться при поездках за границу; однако они должны сообщать такие сведения, не нанося неоправданного или преувеличенного ущерба туристской индустрии принимающих стран и интересам компаний в своих странах; содержание таких возможных предупреждений должно предварительно обсуждаться с властями принимающих стран и заинтересованными профессионалами: выработанные рекомендации должны строго соответствовать серьезности сложившихся ситуаций и ограничиваться теми географическими зонами, в которых подтверждены проблемы с безопасностью; эти предупреждения должны смягчаться или отменяться, как только восстанавливается нормальное положение.

6. Пресса особенно, специализированная туристская пресса и другие средства массовой информации, включая современные средства Электронной связи, должны обеспечивать правдивую и сбалансированную информацию о событиях и ситуациях, которые могут повлиять на посещаемость туристами; они также должны обеспечивать потребителей туристских услуг точными и надежными сведениями; с этой целью. Также разрабатываются и применяются новые информационные технологии; при этом пресса и другие средства массовой информации никоим образом не должны способствовать секс-туризму.

Статья 8. Свобода туристских перемещений

1. Согласно статье 13 Декларации прав человека, Международному праву и национальным законодательствам, гости той или иной страны обладают правом на свободу перемещений внутри страны и из одного государства в другое.
 2. Возможность прибытия к транспортным терминалам, местам культурного, развлекательного и иного свойства должна предоставляться без дискриминации и излишних формальностей.
 3. Туристы и гости должны иметь возможность пользоваться средствами внутренними и межгосударственными, а представители местных властей и органов здравоохранения обязаны принимать их без промедления.
 4. В соответствии с действующими дипломатическими конвенциями никто не вправе препятствовать контактам гостей с представителями консульств тех стран, откуда туристы прибыли.
 5. В отношении конфиденциальности личных данных и лично их касающейся информации туристы и гости должны пользоваться теми же правами, что и граждане страны пребывания, особенно если эти сведения хранятся на электронных носителях.
- Административные процедуры при пересечении границ, визовые, таможенные или связанные с проверкой здоровья, независимо от того, находятся они в компетенции государств или вытекают из международных соглашений, должны быть адаптированы, чтобы создать максимальную свободу для путешествий и международного туризма. С целью упрощения подобных процедур нужно поощрять соответствующие соглашения между группами стран.
- Пошлины и сборы, накладываемые на турбизнес и понижающие его конкурентоспособность, должны быть постепенно устранены или скорректированы.
8. Если позволяют экономические условия, туристам необходимо обеспечить доступ к получению конвертируемой валюты, необходимой для путешествий.

Статья 10. Выполнение принципов Кодекса этики туризма

1. Держатели акций в области турбизнеса, будь это организация или частное лицо, должны объединиться в выполнении принципов Кодекса этики туризма. При этом им следует осознать значение международных институтов туризма, и прежде всего Всемирной туристской организации и других неправительственных организаций, компетентных в области развития туризма, защиты прав человека, его здоровья и окружающей среды, действующих в соответствии с принципами Международного права.
2. В случае возникновения разногласий относительно применения или выполнения Кодекса держатели акций должны демонстрировать свою готовность обращаться для снятия разногласий к третьей стороне – Всемирной комиссии по этике туризма.

Резолюция Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации (ГА ВТО)

1. Принять Кодекс этики туризма.
2. Призвать всех, от кого зависит развитие туризма, - национальные, региональные и местные туристские администрации, турфирмы, деловые ассоциации, работников туристского и связанных с ним секторов экономики, местные объединения и самих туристов – руководствоваться принципами Кодекса, применяя их по доброй воле.
3. Признать целесообразным, чтобы процедуры выполнения принципов, заложенных в Кодексе, при необходимости сопровождались разъяснениями, подготовленными Всемирной комиссией по этике туризма, согласованными с Исполнительным советом ВТО, принятыми Генеральной ассамблеей ВТО и периодически обновляемыми.

Рекомендуем:

1. Всем государствам, членам и не членам ВТО, не принимая на себя официальных обязательств, в кратчайшие сроки присоединиться к принципам, изложенным в Кодексе этики туризма, и руководствоваться ими как базовым при разработке национального законодательства, информируя об этом Всемирную комиссию по этике туризма.
2. Всем туристским предприятиям, ассоциированным членам и не членам ВТО включить наиболее существенные положения Кодекса этики туризма в свои документы или сделать на них ссылки в собственных уставах, кодексах или профессиональных положениях, сообщив об этом во Всемирную комиссию по этике туризма.
3. Пригласить членов ВТО к активному внедрению рекомендаций, находящихся в поле действия Кодекса этики туризма, таких, как устойчивое развитие туризма, безопасность туристов и предотвращение организованного сексуального туризма.
4. Принять форму Протокола о признании Кодекса этики туризма, который является неотъемлемым приложением к данной резолюции.
5. Государствам рекомендуется опубликовать текст Кодекса этики туризма, распространив его среди участников турбизнеса и организовав публичное обсуждение.

Приложение V

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА «РОССИЙСКАЯ ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА».

Введение

Современные внутренние и внешние экономические отношения России предъявляют повышенные требования к соблюдению общепринятых форм делового общения, этикета, этических норм. По свидетельству как самих российских предпринимателей, так и их зарубежных партнеров, весьма часто нормы делового поведения, бытующие ныне в России, расходятся с общепринятыми в мире.

Несовпадение стандартов современной российской деловой культуры с общемировыми наносит ощутимый ущерб репутации российского бизнесмена и приводит к созданию негативного стереотипа, опровергнуть который весьма трудно. Усиливающаяся интернационализация

мирового экономического процесса неизбежно предполагает цивилизованное ведение бизнеса, в частности, унификации Правил международного делового взаимодействия, признание всеми предпринимателями норм деловой этики.

Соблюдение принятых правил игры в деловом взаимодействии и составляет суть деловой культуры.

Сегодня российским бизнесменам крайне важно создать у международной общественности положительное мнение о себе, поскольку это откроет перед ними широкие перспективы установления новых экономических и торговых связей. Еще более важно формирование национальной деловой культуры для современной России в целом.

Существует целый ряд факторов, тормозящих развитие российской деловой культуры; незначительный опыт ведения дел в условиях рынка, неустойчивое и непредсказуемое законодательство, отсутствие политической стабильности, переходный характер экономики, ее криминализация.

Кроме того, на данный процесс влияют и социокультурные факторы: исторически сложившиеся традиции, психология, привычки, склад ума. Их роль будет неуклонно возрастать по мере накопления опыта, совершенствования законодательства, политической и экономической системы.

В то же время специфика социокультурных факторов такова, что они меняются гораздо медленнее, чем все остальные. Например, принять новый закон можно относительно быстро, а вот выработать привычку соблюдать его – намного сложнее.

В России формирование нового экономического законодательства идет неровно, а уж приобретение нового опыта в сфере делового общения, переход от привычек, накопленных в условиях командно-административной системы, к привычкам и приемам, необходимым для эффективного ведения дел в современной развитой экономической системе, - процесс еще более длительный и стихийный. Это сопряжено с колоссальными экономическими, психологическими и моральными издержками для российских предпринимателей.

Хотелось бы особо подчеркнуть, что Национальная программа «Российская деловая культура» ни в коем случае не претендует на статус некоего нормативного документа. Это «план», «схема» действий, «чертеж» будущей конструкции, в данном случае – системы мероприятий, призванных способствовать целенаправленному и осознанному развитию российской деловой культуры. Структура и содержание Программы определяются общей ее целью.

Цель Программы

Состоит в том, чтобы, опираясь на собственный исторический опыт других стран, помочь отечественным предпринимателям быстрее овладеть современной деловой культурой, поставить ее вровень с повсеместно признаваемым интеллектуальным и образовательным потенциалом России.

Задачи Программы

Предусматривают:

систематическое научное изучение состояния российской деловой культуры и тенденций ее развития как общих, так и региональных;
обеспечение российских предпринимателей необходимой информацией о нормах делового поведения, принятых в международном деловом сообществе;
обучение предпринимателей навыкам групповой работы, ведения переговоров, разрешения конфликтов;
организация коллективных обсуждений ключевых проблем российской деловой культуры на национальном и международном уровнях;
целенаправленное формирование позитивного образа российского предпринимателя у российской и международной общественности;

Основные научные мероприятия Программы

Систематическое изучение состояния российской деловой культуры и тенденций ее развития предполагает:

анализ российской деловой культуры и соотнесение российского опыта с международным;
систематизацию и теоретическое обобщение результатов научных исследований;
разработку и проверку на практике методов и методик исследования явлений деловой культуры;
разработку программы комплексного систематического наблюдения за тенденциями развития деловой культуры.

Информационное обеспечение

Создание банка данных, содержащего:

документы, включающие сведения о стандартах делового поведения;
этические кодексы предпринимательской деятельности;
библиографию основных научных работ;
адреса исследовательских и научно-прикладных центров и учреждений;
сведения о ведущих российских и зарубежных специалистах.

Деловое образование

Создание системы обучения деловой культуре:

обоснование и разработка методик и программ, рассчитанных на различные группы потребителей;
проведение курсов, семинаров по обучению. Предпринимателей;
создание и реализация плана издательской деятельности по выпуску популярной литературы по наиболее актуальным проблемам предпринимательства и деловой культуры, предназначенной для широкого круга читателей;
создание образовательного центра.

Формирование общественного мнения

Разработка совместно со средствами массовой коммуникации плана совместной деятельности по изданию журнала, созданию публикаций и телевизионных передач, задачей которых должна быть популяризация идей национальной программы, пропагандирование этических аспектов деятельности российских предпринимателей.

Механизм реализации Программы

Для выполнения намеченных задач предполагается использовать систему Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и объединений предпринимателей. Базу составят центры российской деловой культуры – главные элементы национальной системы развития деловой культуры.

Реализация Программы будет осуществляться через Национальный фонд «Российская деловая культура».

Ресурсное обеспечение Программы

Основными источниками финансирования Программы должны стать:

средства федеральных программ по развитию предпринимательства;
взносы и поддержка учредителей Национального фонда «Российская деловая культура»;
издательская и педагогическая деятельность Фонда;
средства, привлеченные из международных фондов и организаций;
помощь предпринимателей и коммерческих организаций.

Оценка ожидаемой эффективности

Программа относится к тому классу социальных документов, эффективность которых не может быть достаточно точно и надежно рассчитана в финансовых показателях. Последствия ее реализации неизбежно отсрочены во времени и действуют в совокупности с другими, социально-экономическими, политическими и другими факторами.

Однако, как свидетельствует исторический опыт России и опыт таких стран, как США и Япония, средства, вложенные в развитие деловой культуры, несомненно благотворно влияют на улучшение общей социально-экономической атмосферы и тем самым – на развитие экономики как конкретной страны, так и мировой экономики в целом. Вместе с тем достаточно уверенно можно прогнозировать рост числа предпринимателей, информированных о тенденциях развития деловой культуры, принятых нормах цивилизованного бизнеса и готовых им следовать.

Мероприятия, проводимые в рамках Программы, также будут способствовать повышению уровня самосознания предпринимателей, укреплению у них чувства гражданской ответственности, улучшению их взаимопонимания с обществом. Кроме того, по ходу реализации Программы в отдельных случаях можно будет подсчитать материальный положительный эффект в результате проведения того или иного мероприятия, или отрицательный – в случае отказа от него.

Приложение VI

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОДЕКС СОЦИОЛОГА

I. Общие положения:

Профессиональный кодекс социолога был принят VI Всесоюзной конференцией Советской социологической ассоциации в марте 1987 г.

Российское общество социологов (РОС), созданное в 1991 г., подтвердило следование этому Кодексу, исключив 1-й раздел «Общие положения» как неадекватный современным условиям.

II. Исследовательская деятельность:

1. Социолог проявляет профессиональную компетентность, научную честность и корректность на всех этапах социологического исследования.

2. Руководствуясь идеалом достижения истины, социолог уделяет особое внимание стремлению к максимальной достоверности и надежности социологической информации и выводов, которые делаются на основе анализа этой информации и выводов.

3. Как представитель наук об обществе, социолог не допускает того, чтобы при анализе социальных проблем и процессов его личные интересы и другие посторонние влияния препятствовали установлению научной истины.

4. Социолог несет ответственность за результаты, полученные им на базе программ и методик других исследователей, а также за использование чужих идей результатов в собственном научном труде.

5. Плагиат и присвоение в любых формах чужих идей недопустимы и несовместимы с профессиональной деятельностью.

6. Социолог считает своим долгом опираться не только на идеи и результаты прямых предшественников в своей науке, но и на знания, полученные в сопредельных сферах научных исследований.

7. Социолог обязан строить свою исследовательскую деятельность так, чтобы она не выходила за рамки ограничений, связанных с объемом имеющихся ресурсов, познавательными возможностями и методов и техники исследования.

8. В отношениях с заказчиками социолог обеспечивает профессиональное решение проблем, строго соблюдает условия, предусмотренные договорными отношениями или обязательствами, принятыми на себя в любой иной форме.

9. Социолог вправе опираться на поддержку и помощь Социологической ассоциации, ее органов и отделений на местах в создании условий для своей исследовательской деятельности, защите своего профессионального достоинства и чести.

III. Научные дискуссии и полемика:

1. Социолог отстаивает свои взгляды, идеи и концепции, невзирая на конъюнктуру и авторитеты. Защита своей точки зрения, проявление научной честности и принципиальности требуют от него нравственной твердости и гражданского мужества, способности вступать в спор с общепринятыми взглядами на то или иное явление общественной жизни, с авторитетами в науке. Предпосылками занятия такой позиции являются прочность личного мировоззрения, наличие четкой нравственной позиции.

2. Отношение социолога к другим идеям и людям - авторам или сторонникам этих идей – отличается терпимостью и уважением. Научная критика и полемика как естественные для науки формы ее развития несовместимы с навешиванием идеологических ярлыков и тем более с любыми попытками сведения счетов, расправы с оппонентами.

3. Повседневную. Деятельность социолога, его контакты и связи с коллегами характеризуют взаимная поддержка в борьбе за истину. Высокая культура чувств, тактичность, общительность и умение вести себя, не роняя достоинства ученого-обществоведа.

IV. Научные публикации:

1. Несмотря на объективную потребность как можно скорее предать гласности полученные новые знания, социолог воздерживается от поспешных публикаций, когда их выводы и рекомендации недостаточно проверены и обоснованы.

2. Социологические публикации, особенно если они опираются на эмпирическую базу, помимо соответствия общенаучным требованиям должны содержать информацию, позволяющую профессионально оценить корректность постановки исследовательских задач и достигнутую степень достоверности полученных данных.

Социолог проявляет заботу о том, чтобы материалы печати, радио и телевидения, прямо или косвенно использующие результаты проведенного им исследования, также удовлетворяли бы этим требованиям.

3. Уважение труда своих коллег и предшественников, обязательность упоминания доли их участия и связи с публикуемым научным трудом (отчетом об исследовании), благодарность за любую помощь, не дающую право на соавторство, являются непреложными нормами научного общения социолога.

V. Респонденты и обследуемые:

1. Во взаимоотношениях с респондентами социолог будет строго соблюдать гарантии конфиденциальности, неразглашения респондентами сведений. Исключение составляют случаи, когда это не предусматривается программой сбора данных, о чем респонденты (обследуемые) должны быть заблаговременно поставлены в известность.

2. Закон социологической деятельности – не допускать использование методов, техники, процедур, ущемляющих достоинство личности респондентов (обследуемых), их интересы.

VI. Ответственность за нарушение профессионального кодекса социолога:

1. Вступление в РОС является одновременно актом принятия на себя ответственности и обязательств, вытекающих из положений и требований профессионального кодекса социолога. Социолог обязуется хранить честность своего профессионального сообщества, но не станет использовать членство в РОС таким образом, чтобы это могло нанести ущерб общественной репутации РОС.

2. Член РОС, нарушивший профессиональный кодекс, а также более умышленно уклоняющийся от соблюдения его положений и требований, подлежит моральному порицанию и критике со стороны своих коллег и в особых случаях подвергается наказанию в соответствии с уставом РОС.

3. Случаи нарушения профессионального кодекса социолога предаются гласности на общих собраниях (конференциях) членов РОС и в соответствующих изданиях РОС.

II Всероссийский социологический конгресс
Москва 2003 30 сентября – 2 октября

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОДЕКС СОЦИОЛОГА

Данный Кодекс положен в основу научной деятельности ИСПИ РАН
со времени его образования в 1991 году.
Правила работы и этические нормы

1. В своей практической деятельности социолог должен руководствоваться высоким чувством социальной ответственности, помнить о том, что его рекомендации, выводы, действия могут оказать существенное влияние на жизнь индивидов, социальных групп и общества в целом. Социолог обязан предотвратить ситуации, когда его персональный авторитет может быть использован во зло.

2. При проведении любого исследования социолог должен исходить из принципов объективности, ориентироваться на высокие профессиональные стандарты, не допускать искажения истины ни при каких обстоятельствах.

3. При проведении конкретного исследования, в целях получения наиболее достоверных данных социолог должен четко определить свои задачи, рамки предстоящей работы в соответствии со своим опытом. Индивидуальными возможностями, должностными функциями, применяемыми методиками.

4. При проведении исследования социолог обязан соблюдать беспристрастность и точность, предоставлять информацию в полном объеме без изъятия каких-либо фактов, давать сведения о методике исследования и расшифровку данных.

5. При выполнении конкретного исследовательского задания социолог должен строго соблюдать сроки, установленные финансирующим органом, вплоть до предоставления документального отчета.

6. При проведении опросов, анкетирования и т.п. социолог не может давать какие-либо гарантии респондентам, группам или организациям, брать на себя какие-либо то ни было обязательства перед ними, не имея на то специальных полномочий.

7. Практикой работы социологов должен стать своевременный и беспрепятственный обмен информацией о результатах и методах проведенных исследований (с соответствующей документацией). Исключения составляют те случаи, когда заказчик или сам исследователь заявляют свои права на секретность информации. Обмен данными проводится в рамках предусмотренных расценок.

8. Социолог обязан способствовать широкому распространению информации о результатах проведенного исследования за исключением тех случаев, когда это может быть использовано в ущерб заказчику или участнику исследования.

9. Социолог не имеет права заключать контракты на выполнение исследовательских заданий и получать какие-либо вознаграждения в нарушение правил и норм данного Кодекса. В случае, если подобное нарушение выявится в ходе уже начатой работы, социолог обязан отказаться от дальнейшего участия в ней.

10. В случае, если в исследовании принимают участие несколько социологов (возможно, с привлечением студентов и аспирантов), между ними должна быть договоренность о разделении функций, обязанностей и прав (включая авторское право), о доступе к полученной информации и формах оплаты. Такая договоренность должна быть документально зафиксирована.

11. При обнародовании результатов конкретного исследования социолог должен указать все источники финансирования данной работы.

12. Социолог должен избегать профессиональных конфликтов, способных отрицательно повлиять на эффективность проводимых исследований, или же, в случае подобного конфликта, обеспечить защиту интересов заказчика и участников.

При непосредственном контакте с респондентами

В ходе конкретного исследования (опроса, анкетирования) социолог обязан проявлять в отношении респондентов глубокий такт и внимание, не позволять себе демонстрацию собственного превосходства в чем бы то ни было, избегая таким образом возможных конфликтов или недоброжелательства, что само по себе приводит, как правило, к снижению эффективности проводимой исследовательской работы. Социолог не должен механически следовать требованиям научного метода, игнорировать конкретные обстоятельства, он обязан считаться с положением, в котором находятся респонденты. Необходимо помнить, что действия социолога могут подорвать доверие респондентов и сузить или же полностью заблокировать доступ следующих исследователей к целой социальной группе в будущем.

1. Социолог обязан поставить респондентов в известность о подлинных целях проводимого исследования. Он не имеет права получать обманным путем или, пользуясь служебным положением сведения, которые могут быть использованы в чьих бы то ни было корыстных интересах.

2. Информация о субъектах исследования, полученная из открытых для широкого ознакомления отчетов, не может в дальнейшем приобрести характер секретной, независимо от желания заказчика или какой-либо заинтересованной организации.

3. Социолог обязан исходить из права респондентов на анонимность информации.

4. В случае, если в ходе социологического исследования респондент может быть подвергнут хотя бы малейшему риску, социолог обязан уведомить его об этом заранее и получить согласие на проведение подобного исследования.

5. Конфиденциальная информация, полученная в результате исследования, должна сохранять конфиденциальный характер. Социолог не имеет права использовать ее для каких бы то ни было целей, не известных респондентам.

Обязанность сохранять секретность относится ко всем членам исследовательских групп, имеющим доступ к такого рода информации, включая интервьюеров, кодировщиков, технический персонал. Администрация и руководители исследовательских групп обязаны заранее ставить в известность об этом всех сотрудников и, по возможности, ограничивать доступ к секретной информации.

6. Социолог должен выработать специальную тактику, проявлять повышенную осторожность в отношении респондентов при проведении анкетирования в группах, имеющих низкий социальный статус, включающих малограмотных и незнакомых с социологическими исследованиями. В случае повышенной угрозы раскрытия анонимности информации, полученной от таких респондентов, для предотвращения подобной ситуации социолог должен использовать различные средства и приемы, имеющиеся в его распоряжении.

Нормой при оформлении соответствующей документации должно стать перечисление всех сотрудников, принимающих участие в исследовании, на исключением случаев, когда это может принести вред кому-либо из них или противоречит их желанию остаться анонимными.

8. Социолог должен строить план своего исследования и использовать технику сбора информации в соответствии с законами, охраняющими права человека.

9. Социолог должен согласовывать свои действия со всеми требованиями официальных властей, которые имеют отношение к проведению исследования, осуществлять все мероприятия с их согласия и при соответствующем надзоре со стороны.

В отношении авторства публикаций социологического характера

1. Автор-социолог и редактор социологической литературы несут персональную ответственность за каждую конкретную публикацию.

2. Нормой работы редактора является отсутствие личной или идеологической предвзятости в отношении редактируемого материала, объективность.

3. Редактор должен дать ответ автору представленной на рассмотрение рукописи в максимально короткий срок. Чтобы исключить случаи задержки и обеспечить высокое качество и объективность рецензий, он должен контролировать работу помощников редактора и рецензентов.

4. Работа, принятая к публикации, должна быть напечатана обязательно в кратчайший срок.

5. Редактор, получивший рецензии на предъявленную к публикации рукопись от лиц, которые рецензировали ее раньше для других изданий, должен получить рецензии и от других специалистов.

6. Предоставление рукописи профессиональной газете или журналу гарантирует им право первой публикации этой работы. Материал, представленный для публикации в журнал или газету, выходящие на русском языке, не может быть представлен в другой журнал или газету, также выходящие на русском языке, без официального разрешения первого издания, за исключением тех случаев, когда журнальная практика разрешает это.

При рецензировании социологической литературы

1. Социолог обязан отклонить предложение о рецензировании работы, к которой не может отнестись без предвзятости (например, если автором данной работы является его учитель, друг или коллега, к которым он испытывает чувства признательности, конкуренции или враждебности) или, если он не в состоянии дать такую рецензию в срок.

2. Рецензент обязан тщательно проанализировать рукопись, представленную ему на рассмотрение, в полном объеме. Все его оценки должны быть сделаны на высоком профессиональном уровне, с приведением конкретных доводов и аргументов.

3. Если рукопись предлагается рецензенту на повторное рассмотрение, он обязан уведомить об этом редактора, передавшего ему рукопись на рецензирование.

В преподавательской работе

1. Преподаватель-социолог обязан защищать права студентов и аспирантов.

2. Руководители факультетов, институтов и т.п. социологи должны обеспечить вверенное им учебное заведение высокопрофессиональными преподавательскими кадрами. Преподаватели-социологи обязаны квалифицированно и ответственно исполнять свои обязанности.

3. Преподаватель-социолог должен ясно и доступно излагать материал лекций, ставить студентов в известность о предполагаемом объеме изучаемого материала, давать непредвзятую и объективную оценку их работе.

4. Руководители и преподаватели учебного заведения социологического направления должны проявлять одинаково объективное отношение ко всем студентам без исключения.

5. Преподаватель-социолог не имеет права раскрывать информацию о студентах, имеющую личный характер или не относящуюся к вопросам профессиональной компетенции.

6. Преподаватель-социолог обязан руководствоваться только профессиональными критериями, исключая личную и идеологическую предвзятость в отношении используемых учебных пособий, требований и содержания учебной программы.

При совместной работе со студентами и аспирантами социологических учебных заведений

1. Социолог не имеет права использовать студентов в качестве объектов своего исследования без их добровольного согласия.

2. Социолог не имеет права использовать работу студентов или конкретного социологического исследования всех студентов, внесших свой вклад в данное исследование.

В вопросе о признании авторских прав студента социолог должен действовать согласно его желанию.

3. При общении со студентами социолог не имеет права позволять себе подчеркивать свое профессиональное превосходство или недоброжелательное отношение к своим коллегам, обязан избегать конфликтных ситуаций.

4. Социолог не имеет права для собственной (материальной или профессиональной) выгоды использовать личные связи, особую благосклонность со стороны респондентов, заказчиков, студентов, ассистентов, администрации, коллег.

В работе руководителей социологических учреждений (организаций)

1. Руководитель социологического учреждения (организации) обязан определить требования при приеме на работу, продвижения по службе, срок пребывания в одной и той же должности и информировать об этом своих настоящих и будущих сотрудников. При решении вопросов о повышении сотрудника в должности администрация обязана руководствоваться только профессиональными критериями.

2. Руководитель социологического учреждения (организации) обязан обеспечить возможности и объективное отношение ко всем сотрудникам на всех должностных уровнях.

3. Руководитель социологического учреждения (организации) обязан создавать и поддерживать в коллективе нормальную рабочую атмосферу, предотвращать конфликтные ситуации и не допускать любую несправедливость в отношении кого-либо из своих сотрудников.

4. Все служащие, включая тех, кто работает неполный рабочий день, имеют право на защиту и подачу жалоб в случае конфликтной ситуации. Руководитель социологического учреждения (организации) обязан присутствовать при рассмотрении подобных жалоб и защищать права служащих. При необходимости он обязан содействовать получению служащими соответствующих пособий и компенсаций, предусмотренных действующим законодательством.