

УДК 327:395:005.3

Н. М. Шкатуло

*старший преподаватель кафедры мировых языков
Витебского государственного университета имени П. М. Машерова
(Беларусь)*

К ВОПРОСУ О ДЕЛОВОМ ЭТИКЕТЕ В МЕЖДУНАРОДНОМ ОБЩЕНИИ

В данной статье рассматривается понятие «этикет», его этимология и основные подходы к возникновению данного понятия. Также подчеркивается важность знания и соблюдения норм делового этикета для установления международных связей. Приводятся ключевые столпы международного делового этикета, способствующие успешному ведению и продвижению бизнеса.

Этикет является одним из важных элементов культуры, который включает в себя эмоции и чувства человека, обогащающие человеческое общение. Этикет — это достояние культуры, которое регулирует социальные и деловые отношения людей, тем самым предупреждая конфликтные ситуации в межличностном общении.

Обращаясь к этимологии слова «этикет», с французского языка *étiquette* переводится как «билет» или «этикетка». В русском языке слово известно с XVIII в. и получило широкое распространение благодаря королю Франции Людовику XIV (1638–1715). Не существует единой и однозначной версии происхождения данного понятия, однако согласно самой распространенной из них считается, что Людовик XIV кодифицировал свод правил этикета, чтобы укрепить свое политическое положение и противостоять французской знати, которая в то время угрожала его статусу верховного монарха. На одном из пышных королевских приемов всем приглашенным были вручены маленькие открытки или «этикетки», напоминающие посетителям дворца о правилах надлежащего поведения. Например, в этих открытках указывалось, где людям разрешалось сидеть во время ужинов, как вести себя за столом, какую одежду можно носить, не быть болтливым и т. д. Эти правила этикета распространились по всей Европе, поскольку высокопоставленные лица, посетившие Версальский дворец, были впечатлены этими социальными нормами.

Однако также существует версия, что раньше слово «этикет» означало «держись подальше от травы». Когда садовник Людовика XIV в Версале обнаружил, что аристократы топтались по его саду, он повесил таблички, или «этикетки», предупреждающие их об этом. Однако герцоги и герцогини не обращали

на них никакого внимания и проходили мимо табличек. Поэтому сам король издал указ о том, что никто не должен выходить за рамки этикета. Постепенно значение этикета расширилось, включив в него «билет на судебные заседания», в котором перечислялись правила того, где стоять и что делать.

В Испании XVII века французское слово было заимствовано (и изменено на *etiqueta*) для обозначения письменных протоколов, описывающих порядок старшинства и поведение, требуемое от посетителей двора. Так, слово «этикет» стало применяться к самим придворным церемониям, а также к документам, в которых излагались требования к ним. Как и язык, этикет эволюционировал, но он по-прежнему означает поведение людей в определенных рамках.

Некоторые ученые считают, что родиной этикета является Англия. Однако по этому поводу возникают разногласия, так как страна в течение долгого времени находилась в состоянии войны. Исходя из данного факта, а также низкого уровня культуры в прошлых столетиях, такое понятие, как «этикет», не могло зародиться в Англии. Учитывая исторические факты, стиль поведения, духовность и культурные традиции, большинство историков склоняются к мнению, что родина этикета — Италия.

Вне зависимости от страны происхождения данного понятия, в настоящее время этикет остается важной частью всех культур. Сейчас общество в целом относится более спокойно к этикету, чем строгие и устоявшиеся нормы, которые характеризовали его раннюю историю. В этом отношении манеры и этикет стали более взаимосвязанными, поскольку этикет превратился в неписанный свод социальных правил. Однако понятие «этикет», безусловно, будет расширяться, поскольку общество постоянно развивается и меняется. В связи с этим необходимо рассмотреть современные подходы к данному понятию.

Толковый словарь современного русского языка Д. Н. Ушакова определяет понятие «этикет» как «установленный порядок образа действий, поведения, форм обхождения (в высшем обществе, при дворе и т. п.)» [1]. Н. Г. Комлев в словаре иностранных слов рассматривает этикет как «установленный порядок поведения где-л. (напр., придворный э.)» [2]. Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова трактует этикет как «установленный, принятый порядок поведения, форм обхождения» [3]. Данные словари рассматривают этикет только с точки зрения норм и порядка поведения людей в обществе. Однако в толковом словаре *живого великорусского языка* В. И. Даля акцент делается не только на человеческом поведении, но и на внешнем виде человека, который, по его мнению, также является элементом этикета. Он предлагает следующее определение: «этикет — это порядок, светский облик внешних обрядов и приличия; принятая, условная, ломливая вежливость; церемониал; внешняя обрядливость» [4]. Таким образом, этикет — это совокупность норм, правил и порядок

поведения людей, принятых в обществе, а также соответствующий внешний облик человека.

Нормы этикета помогают людям найти общий язык, достойно вести себя в сложных ситуациях. Он позволяет людям ориентироваться в различных социокультурных ситуациях (приветствие, знакомство, поведение в общественных местах и во время переговоров, установление отношений с коллегами и деловыми партнерами и т. д.). Этикет отражает и общий культурный уровень людей, их образованность и воспитанность.

Осваивая новые рынки сбыта, компании активно ищут партнеров за пределами страны, тем самым расширяя свою деятельность на международной арене. В связи с этим возникает необходимость в правильном и эффективном установлении международных связей, делая межкультурную коммуникацию жизненно важным компонентом успеха. Отличия в культуре и языке могут препятствовать эффективному деловому общению, поэтому для успешного ведения бизнеса целесообразно рассмотреть ключевые столпы международного делового этикета.

Первая встреча очень важна, и необходимо произвести наилучшее впечатление на своих бизнес-партнеров для поддержания и продолжения деловых контактов, начиная со знакомства и приветствия. Обращаясь к своим французским деловым партнерам, необходимо использовать слова «*monsieur*» («месье») для мужчин и «*madame*» («мадам») для женщин. Сила рукопожатия имеет решающее значение для создания первого впечатления. Французы обычно используют легкое рукопожатие для деловых встреч, крепкое рукопожатие может рассматриваться как проявление агрессии. Деловые встречи в Германии очень похожи на французские, за исключением того, что рукопожатие должно быть крепким, а правильный способ обращения к человеку — «*herr*» («господин») или «*frau*» («фрау»). В китайской деловой культуре принято кивать или слегка кланяться в знак приветствия. Рукопожатия также свойственны при деловых встречах, однако инициировать рукопожатие должен партнер из Китая. Обращаясь к китайским клиентам или деловым партнерам, необходимо сначала назвать чин или звание, например председатель и менеджер, а затем фамилию. При первой встрече с американским партнером рекомендуется обращаться «*Mr*» («мистер») для мужчин, «*Mrs*» («миссис») для замужних женщин и «*Ms*» («мисс») для незамужних дам, а далее следует фамилия. Использование имен также возможно при обращении к коллегам на деловых встречах, но рекомендуется дождаться, пока ваши американские партнеры обратятся по имени первыми. Традиционные тайские приветствия часто включают в себя «*wai*». Для этого руки поднимаются в молитвенном положении, а голова слегка наклоняется. Чем выше подняты руки и склонена голова, тем больше уважения вы проявляете к человеку, которого

приветствуете. Это уважительное тайское приветствие даст понять вашему деловому партнеру, что вы понимаете и уважаете его культуру.

Визитные карточки являются важным атрибутом делового этикета. При этом рекомендуется, чтобы одна сторона содержала информацию на родном языке своего партнера, и вручать ее необходимо этой стороной. Визитная карточка вручается французскому партнеру при первой встрече. Она подсказывает, как правильно обращаться, а также указывает должность, звание и чин партнера. Необходимо аккуратно вложить ее в визитницу, а не бросать небрежно в портфель или папку. Визитные карточки в Германии носят очень личный характер. Они представляют собой обмен информацией, которая должна храниться в тайне. Обмен визитными карточками широко распространен в Китае. Она обязательно передается двумя руками, и текст должен быть обращен к партнеру. После получения ее важно внимательно изучить некоторое время, тем самым проявляя уважение к своему партнеру. Так как для китайской культуры важен иерархический принцип, всегда сначала предъявляйте визитные карточки человеку самого высокого ранга. В Соединенных Штатах Америки (далее — США) визитные карточки используются как способ обмена контактной информацией и не имеют такого значения, как в других странах. Обычно они раздаются в качестве формальности, несколько небрежно, а иногда их вообще не дают. Важно понимать этот факт и не обижаться, если вашу визитную карточку бегло рассмотрят, а затем положат в карман. При приветствии в Таиланде визитную карточку следует протягивать правой рукой или обеими руками. Принимать карточку также необходимо обеими руками и некоторое время изучать ее, оставляя при этом вежливый комментарий о приятном дизайне или удобном адресе офиса.

Рассматривая вопрос о дресс-коде, можно прийти к выводу, что для официальной деловой встречи присущ формальный и консервативный стиль одежды как для мужчин, так и для женщин. В одежде мужчин преобладают костюмы с галстуком, а у женщин — это брючные костюмы, юбки, блузки с длинными рукавами или платья. Для официальных встреч характерны темные, приглушенные цвета одежды, отсутствие ярких цветов, а женщинам никогда не следует носить одежду с глубоким вырезом. Одеваясь в традиционную, консервативную деловую одежду, вы проявляете уважение и серьезность по отношению к своему деловому партнеру. В повседневной обстановке допустим более непринужденный стиль, например, джинсы, рубашки или блузки с коротким рукавом.

Язык тела является невербальным источником межкультурной коммуникации, поэтому необходимо аккуратно применять жесты при общении со своими партнерами, так как некоторые жесты рук могут иметь противоположное значение и поставить в тупик партнёра либо даже обидеть его. В большинстве англоговорящих стран знак «ОК» означает одобрение, согласие и то, что все хорошо.

Однако в других культурах этот же жест может иметь другую коннотацию, в том числе негативную, или даже оскорбительную. Так, например, в Италии, Греции, Германии, Бангладеше, Турции, Иране и Ираке этот жест считается оскорбительным. Во Франции он означает «ноль», «ничего» или «ничего не стоящий». В Японии знак «ОК» означает «деньги». Переняв из западной культуры данный жест, китайцы считают его знаком одобрения, и в настоящее время он является частью их повседневной жизни. Однако если сжать два пальца вместе, ваша рука может выглядеть как цифры «110», а в Китае это номер экстренного вызова полиции.

Организуя деловые встречи, французские бизнесмены не планируют их в сжатые сроки. С ними необходимо придерживаться правила планирования деловой встречи, по крайней мере, за две недели. Во Франции недопустимо появляться на собраниях и встречах без предупреждения. В отличие от США, деловые партнеры во Франции не предпочитают телефонные звонки для ведения бизнеса. Французы считают их слишком холодными и безличными. Они ценят личный контакт, особенно если это ваши новые деловые отношения. Деловые встречи в Германии также должны быть запланированы за одну-две недели. Опоздание на встречу считается крайне невежливым и грубым нарушением немецкого делового этикета. Уместным является прийти за десять минут до назначенного времени встречи, чтобы произвести на своего бизнес-партнера хорошее впечатление. В Германии считается крайне невежливо отменять встречу в последнюю минуту, этот поступок может поставить под угрозу ваши деловые отношения. При организации деловых встреч с партнерами из Китая в первую очередь необходимо свериться с китайским календарем, чтобы избежать национальных праздников, особенно Национального дня и Китайского Нового года. Пунктуальность важна в любой деловой ситуации, но еще более важна в китайской деловой культуре. Опоздание считается оскорбительным и грубым. У многих китайских работников перерыв с 12:00 до 14:00, в это время прекращается практически вся деятельность — от работы лифтов до телефонной связи. Следовательно, при организации встреч необходимо учитывать этот факт и избегать их назначения на это время. В США деньги являются главным приоритетом, поэтому пунктуальность очень важна для деловых мероприятий. В американской деловой культуре к концепции «время — деньги» относятся очень серьезно, ведь если вы опаздываете на встречу, то вы напрасно тратите время своего партнера, следовательно, и его деньги. Время — ценный товар, и опоздание считается крайне невежливым. Официальным деловым встречам в Таиланде предшествует письменное приглашение, за которым часто следует телефонный звонок. Перед тайской деловой встречей принято вести светскую беседу, обычными темами которой являются разговоры о семье, возрасте, хобби и образовании.

Проводя деловые переговоры со своими французскими коллегами, необходимо осознавать, что процесс принятия решений довольно медленный. Деловые люди во Франции обычно прямолинейны, задают вопросы и прощупывают почву. Из-за иерархической структуры организаций решения обычно не принимаются на первой встрече, так как французы предпочитают обсуждать все детали со старшим по должности. Чем дольше продолжаются переговоры, тем выше шансы на успех, в то время как давление воспринимается негативно. Признаком принятия решения является тот факт, что французы повторяют свою точку зрения, тем самым показывая своим партнерам, что они просчитали все риски и готовы заключить сделку.

Немецкие партнеры также не склонны к риску, тем самым замедляя процесс принятия решений. Каждая деталь вашего предложения тщательно рассматривается. Успешность проведения переговоров с немецкими коллегами достигается, если в конце встречи они предлагают дальнейшее сотрудничество. Многие немцы стучат костяшками пальцев по столу в конце переговоров, тем самым проявляя свою заинтересованность в предложении.

Как и с французскими коллегами, решения китайских партнеров, скорее всего, не будут приняты на собрании. Решения часто принимаются с задержкой, в результате тщательного продумывания и оценивания всех рисков предлагаемой сделки. В тайском деловом этикете бизнес-решения также принимаются медленно. Они проходят множество уровней согласования перед окончательным принятием. Первая встреча обычно проходит процедуру установления отношений и сопровождается вежливой беседой, хорошим настроением и незначительными результатами. Вторая встреча включает приглашение на обед. Встречи начинаются со светской беседы, обсуждение дел до знакомства считается невежливым.

В отличие от других партнеров, американцы сосредоточены на сделке, т. е. на ее конечном результате. Они предпочитают быстро перейти к соглашению, которое для многих других партнеров может показаться поспешным. Им не нужно устанавливать личные отношения, чтобы заключить сделку, руководствуясь принципом «время — деньги» и не желая тратить его впустую. Основная цель переговоров — получить подписанный контракт. Американцы обычно просят гораздо больше, чем рассчитывают в конечном итоге получить, оставляя при этом возможности для переговоров.

Таким образом, рассмотрев некоторые аспекты делового этикета, можно прийти к выводу, что для установления успешных и долгосрочных контактов крайне важно учитывать их при ведении бизнеса. Перед встречей необходимо тщательно изучить нормы делового этикета своего потенциального партнера, которые помогут сориентироваться в различных социокультурных ситуациях

(приветствие, знакомство, соответствующее обращение к людям, соблюдение дресс-кода и использование языка жестов и тела, правильная организация и проведение деловых переговоров, установление дальнейших отношений с деловыми партнерами и т. д.). Наряду с этим необходимо отметить, что незнание, неправильное применение или отказ от использования культурных норм этикета ухудшает отношения между людьми, приводит к упущенным возможностям или даже к отказу заключать сделки с зарубежными деловыми партнерами. Следовательно, знание и соблюдение норм делового этикета является важным условием достижения взаимоуважения и взаимопонимания между партнерами, а также способствует успешному продвижению бизнеса.

1. Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка М. : Аделант, 2014. 800 с.

2. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов [Электронный ресурс]. М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. 1168 с. URL: https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/documents/DICTIONNAIRE_RUSSE_DE_S_MOTS_DORIGINE_ETRANGERE-KOMLEV.pdf (дата обращения: 20.03.2023). [Перейти к источнику](#)

3. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. Изд. 2-е, испр. и доп. М. : АЗЪ, 1995. 928 с. URL: <https://cyberlan.com.ua/wp-content/uploads/2015/07/Tolkovij-slovarj-russkogo-yazika.pdf> (дата обращения: 20.03.2023). [Перейти к источнику](#)

4. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс]. СПб. ; М. : Тип. М. О. Вольфа, 1882. Т. 4. 712 с. URL: <https://runivers.ru/lib/book3178/10120/> (дата обращения: 20.03.2023). [Перейти к источнику](#)

N. M. Shkatulo

On the question of business etiquette in international communication

This article considers the concept of «etiquette», its etymology and the main approaches to the emergence of this concept. The importance of knowledge and compliance with business etiquette to establish international relations is also emphasized. Key pillars of international business etiquette are presented, contributing to the successful management and promotion of business.