**ЛЕКЦІЯ 15 ЕТИКА ТА ЕТИКЕТ У ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ З ІНОЗЕМЦЯМИ**

**1.      Етичні засади спілкування з іноземцями.**

**2.      Етика усного ділового спілкування з іноземцями.**

**3.      Знайомство**

**4.      Вітання**

**5.      Візитна картка**

**6.      Ділові переговори.**

**7.      Рекомендації щодо особливостей поведінки в різних країнах.**

**1.      Етичні засади спілкування з іноземцями.**

Етичні засади спілкування складались у світовій культурі у процесі розвитку людського життя, яке передбачало спілкування, отже, пошук таких моральних правил і норм, які могли б регулювати людську взаємодію. Ці правила та норми нагромаджувались, з одного боку, у звичаях та писаних і неписаних традиціях народів різних країн. З іншого боку, вони узагальнювались у працях мислителів і науковців, які шукали універсальні етичні правила й норми, моральні традиції та закони.

У першому контексті в найбільш загальному вигляді ці пошуки дійшли до наших днів у вигляді Золотого правила. В етиці так називають біблійну заповідь: "У всьому, як хочете, щоб інші поступали з вами, поступайте і ви з ними". Як бачимо, у Правилі закладено одне з перших в історії людства формулювань морального принципу рівності. Згідно з цим принципом моральні вимоги однаковою мірою мають поширюватися на всіх людей незалежно від їхнього суспільного становища та умов життя. В особистісному плані цей принцип передбачає, що при оцінюванні поведінки інших людей особа має виходити з тих самих вимог, які вона висуває до себе.

Водночас у такому розумінні рівності не визначено критерію змісту моральних вимог. Адже під нього можна підвести будь-який (у тому числі й негативний) зміст.

В уточненому вигляді Золоте правило відбито в "Моральному (етичному) законі" І.Канта, згідно з яким людина має діяти тільки відповідно до такої максими (правила), керуючись якою вона водночас може побажати, щоб це правило стало загальним моральним законом. Іншими словами, щоб усі інші також могли дотримуватись цього правила.

Ще в одному визначенні категоричного імперативу І. Кант дав таку його інтерпретацію: роби так, щоб ти завжди відносився до людства і в своїй особі, і в особі усякого іншого так само, як до мети, і ніколи б не відносився до нього як до засобу.

З цими принципами пов'язаний ще один важливий у системі етичних засад моральний принцип — *альтруїзм.*У теорію моралі він був уведений О. Контом як основа його етичної системи. Принцип альтруїзму вимагав від людини придушення власного егоїзму, безкорисливе служіння ближньому, готовність віддати перевагу не своїм інтересам, а інтересам іншого.

У системі цінностей радянських часів цей принцип знайшов продовження у принципі колективізму, який визначав пріоритет колективу, спільноти, суспільства над інтересами окремої людини.

Пріоритетним принципом сучасного світу є *гуманізм*— орієнтація в усіх видах діяльності (у тому числі у сфері бізнесу) на людину, її інтереси і потреби, на створення умов для її розвитку і самореалізації. Орієнтація на сукупність цих загальнолюдських моральних принципів у контексті гуманістичних пріоритетів може слугувати за моральні основи ділового спілкування з іноземними партнерами. Отже, необхідно враховувати загальні основи прояву цих моральних засад у кожній з країн спілкування.

Водночас треба орієнтуватися на спільні підходи до врахування особливостей ділового спілкування, що випливають з історії розвитку ділового спілкування громадян України з іноземцями, їх зумовленості соціально-культурними особливостями цього спілкування

По-перше, слід зважати на те, що люди виростають в умовах різних національних культур. Відмінності культур можуть бути досить істотними і стосуватися певних елементів спілкування: мови, правил етикету (норм спілкування, прийнятих у різних країнах чи суспільних групах), стереотипів поведінки, значення певних форм невербального спілкування.

По-друге, треба враховувати, що Україна тривалий час була суттєво обмежена в ділових контактах із зарубіжними партнерами. Контакти реалізовувались, як правило, на державному, офіційному рівні. Демократизація суспільного життя, зокрема в економічній сфері, значно розширила можливості для ділового спілкування із зарубіжними партнерами. Створення спільних підприємств, ділові поїздки за кордон, широкий спектр міжнародних ділових зустрічей та переговорів потребує знання особливостей ділового спілкування із зарубіжними партнерами широким загалом підприємців і ділових людей.

По-третє, деяка відчуженість від культури інших народів з ідеологічних причин зумовила досить низький рівень загальної культури значної частини людей, які нині займаються бізнесом. Ітиметься про необхідність вивчення особливостей ділового спілкування (як усного, так і письмового), зумовлених традиціями національних культур цих країн.

Отже, як зауважив М. Романов, "шлях до успіху лежить через знання норм і правил спілкування людей у різних ситуаціях. Ці правила допоможуть підтримувати ділові стосунки різних країн".

**2.      Етика усного ділового спілкування з іноземцями.**

Особливості ділового усного спілкування проявляються в таких основних ситуаціях: знайомство, вітання, вручення візиток, створення іміджу, обмін подарунками та проведення ділових переговорів. Розглянемо коротко особливості ділового спілкування в кожній з означених ситуацій.

**3.      Знайомство**

Як відомо, існують загальноприйняті норми представлення під час знайомства: чоловіка представляють жінці, молодших за віком — старшим, гостей — хазяїну. Водночас на ділові знайомства ці норми не поширюються; вони відходять на другий план, а на перший виходять службове положення (нижчих за положенням представляють першими) та посадовий статус.

Загальним для всіх є правило обов'язково дивитись в очі при знайомстві та посміхатись. Адже залежно від рівня емоційності посмішки людина, яка знайомиться, робить висновки про почуття партнера, що виникають у нього під час знайомства, а отже, у неї складається враження про ставлення до себе — від зневаги до щирої радості.

Представляючи членів делегації (або групи, яка приїхала на запрошення фірми), треба називати або ім'я, або ім'я та прізвище. Прийнято офіційне звертання, наприклад: "папі Лінда Джексон" або "пане Дасон Фішер". Іноді можна вживати таку форму: "мадам", "месьє", "містер", "місіс" (для заміжньої жінки) та "міс" (для незаміжньої).

Якщо прізвище названо чітко, немає потреби називати себе. При цьому той, кому представляють, відповідає "Дуже приємно". За ним же залишається привілей першим подати руку для вітання. Той, кого представляють, руки не простягає. Він обмежується словами типу "Начуваний про Вас", "Давно мріяв познайомитись з Вами", "Я також займаюсь бізнесом".

Коли до зустрічі приєднується хтось новий, голосно називають його ім'я та прізвище, далі кожний із присутніх сам простягає йому руку і представляється. Коли представляють чоловіка, він обов'язково встає. Жінка робить це тільки тоді, коли її знайомлять з людиною старшого віку або вищого статусу (дівчата до вісімнадцяти років мають завжди вставати при знайомстві з людьми старшого віку).

За суворими правилами етикету знайомство завжди має відбуватися виключно з допомогою третьої особи, яка знає тих, хто знайомиться. Це правило поширюється насамперед на ділове офіційне спілкування. Крім того, воно майже завжди і в усіх ситуаціях стосується жінок. Отже, коли до чоловіка направляється незнайома жінка, а представити нікому, він має представитись їй першим. Коли чоловік представляється жінці, яка сидить, він кланяється, а вона простягає йому-руку.

Коли знайомство відбувається при зустрічі на вулиці, то рішення про представлення супутника чи супутниці приймається залежно від обставин. Якщо вітаються зі знайомим і обмежуються обміном вітаннями, то представляти супутника необов'язково. Коли зав'язалася спільна бесіда, то це варто зробити. Щодо супутниці, то з нею потрібно привітатися першим, а рішення представляти її чи ні, приймає її супутник.

Коли зустрічається знайомий, який не може пригадати обставини знайомства чи прізвище співрозмовника, йому треба одразу нагадати, за яких обставин це знайомство відбулось.

При офіційному знайомстві гостей (як і нових співробітників) представляють директорові. (Виняток становлять почесні гості — мер, президент.) При представленні обов'язково треба називати ім'я, прізвище, посаду та фірму, де працює людина.

На завершення треба звернути увагу ще на одну важливу особливість. Найчастіше для знайомства приймаюча сторона влаштовує зустріч на честь приїзду гостей (у ресторані, на природі чи на квартирі одного з працівників фірми). Приймаючи запрошення, важливо пам'ятати, що етика ділового спілкування передбачає і "прощальну" вечерю, яку має організувати від'їжджаюча сторона. Такі прийоми можуть бути організовані в ресторані, приміщенні фірми, на квартирі. Як правило, на цю зустріч треба запросити всіх, хто сприяв вирішенню справ гостей, з ким зав'язалось ділове співробітництво. З іншими людьми необхідно обов'язково попрощатись по телефону, подякувавши за сприяння у справах.

**4.      Вітання**

Така сама, як і при знайомстві, послідовність зберігається при вітанні. Першими вітаються: молодший  —  зі старшим за віком; гість з хазяїном; той, хто зайшов, — з присутніми; той, хто проходить, — з тим, хто стоїть; чоловік — із жінкою. У сумнівних ситуаціях (люди одного віку, статі, становища) першим вітається більш ввічливий. Коли людині, у товаристві якої перебувають, довіряють, як правило, вітаються з тими людьми, з якими привіталась вона.

Дослідники у сфері етикету стверджують, що в діловому спілкуванні викристалізувались такі невербальні форми вітання: *уклін, погляд, потиск*і *цілування руки.*Як правило, при зустрічі зі знайомим на вулиці чоловік за три кроки до нього має трохи підняти капелюха та вклонитись. Якщо руки зайняті, це може бути уклін і посмішка -вибачення. На таке вітання жінка також відповідає легким нахилом голови та посмішкою для близьких. Звичайно, жінка не знімає головного убору, а чоловіки обов'язково виймають сигарету з рота, а руки — з кишень.

У ситуації, коли знайомий, який зустрічається на прийомі, ровесник, можна не підводитись, а обмежитись легким уклоном. Коли це люди старші за віком (або жінки), треба підвестися з місця. Той, хто сидить із дамою, не повинен підводитись. Інша справа, коли жінка підходить сама: потрібно не тільки встати, а й не сідати, поки вона не сяде або не відійде.

Зустрічаючи знайомих кілька разів на день, необхідно використовувати різні форми вітання.

Потиск руки практикується переважно у чоловіків (серед жінок — за взаємною згодою). Це одна з універсальних форм ділового вітання, адже при цьому партнери не тільки вітаються, а й вступають у фізичний контакт, відчуваючи настрій один одного.

Існують деякі особливості потиску руки: простягнута рука долонею донизу — свідчення наміру домінувати в подальшому, долонею догори — готовність до пасивного спілкування. Між друзями, як правило, практикується рівносильний потиск рук — долоні спрямовані чітко в бік.

Існує так званий потиск "рукавичка", коли рука партнера охоплюється обома руками з обох боків. Це свідчить про особливу прихильність і симпатію. Зауважимо, що завжди треба уникати холодного і послабленого потиску.

Крім того, не варто потискати напруженою рукою, бо це свідчитиме про знервованість, яку партнер може неправильно сприйняти.

Отже, чоловіки, підлеглі, молодші за віком мають чекати, коли їм подадуть руку для привітання. У разі помилки, можна потиснути руку, якщо спілкування є бажаним.

Цілування руки виражає особливе шанування, повагу, вдячність і здійснюється лише щодо заміжніх жінок та близьких родичів і виключно у приміщеннях. Цілують, як правило, тільки сторону пальців. У Німеччині та Австрії така форма вітання поширена недосить, у Польщі, навпаки.

Погляд належить до міміки і є дуже тонкою та складною формою людського спілкування, яка має важливе значення. Адже коли людина при знайомстві не дивиться в очі іншій, її можуть звинуватити в нещирості.

Можна вітатись з людиною лише поглядом, ледь прикривши очі або посміхнувшись. Для людей знайомих або близьких погляд може виражати найрізноманітніші почуття.

Використовуючи певний спосіб вітання, треба бути впевненим у адекватності сприйняття його партнером по спілкуванню.

**5.      Візитна картка**

**Візитна картка**допомагає уникнути непорозумінь при знайомстві і є ефективним засобом не тільки представлення партнерів, а й ділового спілкування взагалі.

Візитна картка для бізнесу (ділова візитна картка) оформлюється згідно зі встановленими вимогами: лише білий папір, певні розміри, чіткий чорний шрифт; угорі по центру — назва фірми, у правому кутку — робочий номер телефону. На вітчизняній візитній картці текст нерідко дублюється англійською мовою.

Візитні картки використовують у таких типових випадках:

•       інформація під час знайомства;

•       інформація про себе для налагодження контактів;

•       підтримання ділових контактів з партнерами, поздоровлення;

•       висловлювання подяки, співчуття та супроводження квітів і подарунків.

Залежно від призначення розрізняють такі типи візиток, на яких роблять також написи від руки:

— Р.R. — висловлювання подяки;

— Р.F. — поздоровлення зі святом;

— Р.F.С. — задоволення знайомством;

— Р.F.N.А. — поздоровлення з Новим роком;

—  Р.Р.С. — прощання при від'їзді назавжди;

—  Р.С. — висловлювання співчуття;

—  Р.Р. — заочне представлення.

Існують основні правила користування візитними картками, яких треба дотримуватись для забезпечення взаєморозуміння в діловому спілкуванні:

•       Направлення візитної картки рівнозначно візиту.

•       Ввічливіше залишати візитну картку особисто.

•       Відповіді на візитну картку даються протягом доби також карткою.

•       Порядок (послідовність) вручення візитної картки такий самий, як і при представленні.

•       У резиденції чоловіка нежонатий чоловік залишає візитки для чоловіка та його дружини.

•       У приміщенні жонатого чоловіка жінки своїх карток не залишають.

•       Після знайомства з жінкою чоловік має протягом тижня направити свою картку її чоловікові.

•       Жінки обмінюються картками за тими самими правилами, що й чоловіки.

•       Після ділового обіду чи вечері запрошені направляють картки господарям протягом тижня.

•       Високопоставлена особа (іноземна), яка перебуває в країні проїздом, має залишати свої візитні картки протягом доби. Такий самий термін для відповідей.

Крім візитних карток до ділової атрибутики, як правило, належать: ділові подарунки, діловий одяг, сумочка (для жінок) або аташе-кате. Варто дотримуватись певної техніки ділового спілкування: вміти говорити, слухати, задавати питання, керувати емоціями. Ключовим при цьому є положення про необхідність ознайомлення з культурою країни, в якій передбачається ділова зустріч.

**6. Ділові переговори**

Звичайно, знання характерних ознак національно-культурних та етнічних відносин не виключає необхідності знання основних правил, етичних норм і традицій, що утвердились як загальнокультурні в ділових стосунках і ґрунтуються па положеннях дипломатичного протоколу. Водночас важливо вміти вивчати партнерів, використовуючи, зокрема, методи візуальної психодіагностики, соціоаналізу та ін. Найбільш ґрунтовний серед них, на нашу думку, є метод аналізу стилів спілкування.

Відповідно до цього методу стиль поведінки партнера на переговорах визначається двома основними факторами: орієнтацією другої сторони на кінцевий результат, поведінкою партнерів у комунікаційному процесі.

При орієнтації на кінцевий результат стиль поведінки партнера базується: а) "на положенні", б) "на інтересі".

Коли переговори ґрунтуються "на положенні", то передбачається ряд типових правил взаємодії:

•       чим більше домагається одна сторона, тим більше має поступитися інша;

•       обидві сторони переслідують власні цілі, домагаючись переваги;

•       основний натиск робиться на висуванні вимоги, її просуванні й захисті;

•       будь-які поступки мають компенсуватись іншими перевагами;

•          вимоги обґрунтовуються об'єктивними даними;

•          допускається широкий діапазон тактичних засобів впливу на партнера, у тому числі психологічного.

Якщо переговори ґрунтуються "на положенні", то вони, як правило, обмежуються укладанням однієї вигідної ділової домовленості за один раз.

Інакше підходять до переговорів, що ґрунтуються "на інтересі". Тут передбачається можливість укладення тривалого взаємовигідного договору: При цьому переговори відбуваються з дотриманням типових правил взаємодії:

•       обидві сторони націлені на співробітництво, відкритість в обміні інформацією;

•       партнери поважають і допомагають один одному;

•       сторони взаємодіють на основі об'єктивних норм чесності, довіри, комунікабельності;

•       контракт допускає можливість уточнення та змін;

•       договори мають довгостроковий характер.

Стиль, що визначається особливостями комунікаційного процесу, базується: а) "на змісті"; б) "на контексті".

При стилі комунікативної поведінки під час переговорів, що базується "на змісті", віддається перевага не словам, інформації, ідеям, а саме змісту спілкування. При цьому передбачається ряд типових правил взаємодії:

•       зрозуміло й чітко висловлюватися, трактуючи доводи дослівно;

•       проблеми розв'язувати логічним шляхом, орієнтуючись на об'єктивність рішень;

•       використовувати для аргументації документи, схеми, письмові угоди, що чітко визначають терміни;

•       орієнтуватися на раціональне сприйняття світу і розв'язання проблем.

Стиль комунікативної поведінки під час переговорів, що ґрунтуються "на контексті", передбачає пріоритети взаємозв'язку, місця, часу, установки та почуттів партнера. Головне, щоб чітко і точно "читати" партнера та візуально діагностувати його поведінку.

При цьому передбачається ряд типових правил взаємодії:

•       партнери вивчають один одного, діагностуючи поведінку;

•       опорою слугують образність внутрішнього сприймання, емоційна оцінка спілкування;

•       мовою спілкування можуть бути натяки, репліки неоднозначного змісту, завуальовані посилання;

•   сторони орієнтуються на інтуїтивне сприйняття світу та прийняття рішення.

Розглянуті стилі поведінки під час переговорів утворюють чотири стилі поведінки, інтегровані на культурологічній основі.

1.  На контексті та інтересі (притаманний культурі України та Японії).

2.         На змісті та положенні (типовий для культури США, Німеччини, Швейцарії).

3.         На контексті та положенні (притаманний переважно культурі Мексики, Іспанії, Єгипту, Філіппін).

4.         На змісті та інтересі  (притаманний культурі  Швеції та Ісландії).

Не несуть в собі загрози переговори з представниками країн споріднених культур, тобто таких, у яких в основі стилю лежить хоча б один спільний компонент. Наприклад, 1 і 2 (контекст); 1 і 4 (інтерес); 2 і 4 (зміст); 2 і 3 (положення). У цьому разі партнери досить легко розуміють один одного і розв'язують спільні проблеми.

Найскладніша ситуація виникає, як правило, тоді, коли в основі стилів немає жодного спільного компонента. На сприйняття партнера у переговорах з цих країн впливають стереотипи, які не завжди відповідають дійсності.

Так, представники першої групи сприймають партнера другої групи як зухвалу, агресивну, нетерплячу, нудну та обмежену людину. Представники другої групи сприймають партнера першої групи як неуважного, вважають, що його важко зрозуміти, він може обдурити і ввести в оману.

Представники третьої групи сприймають представника четвертої групи як людину високої думки про себе, надто серйозну, офіційно-холодну та негнучку. Навпаки, представники третьої групи сприймають представників четвертої групи як "ділка", маніпулятора, як балакучу людину, котра не заслуговує на довіру.

Як бачимо, шлях до взаєморозуміння партнерів, які представляють різні культури, передбачає виконання двох умов. З одного боку, треба ознайомитися з культурою тієї країни, з представниками якої мають відбутися переговори. З іншого боку, коли виконання першої умови ускладнюється, треба обрати певний стиль спілкування, у загальних рисах спрогнозувати, як сприйматиме вас партнер з іншої країни. Крім того, важливо уникати стереотипного сприйняття партнера.

Зазначимо, що проблеми ділового спілкування із зарубіжними партнерами мають не лише вітчизняні бізнесмени. Не менш гострою вона є також для розвинених країн, зокрема США. Нерідко представники цих країн у діловому спілкуванні не зважають на особливості партнерів і намагаються нав'язати їм свій стиль і стереотипи поведінки.

**7. Рекомендації щодо особливостей поведінки в різних країнах.**

**АНГЛІЯ**

Ніколи не звертайтесь до незнайомих людей, доки вас їм не відрекомендовано.

Потиск руки застосовується дуже рідко, лише під час першого знайомства.

Не цілуйте руки.

Не робіть на публіці такі компліменти: "Яка у вас гарна сукня!" чи "Який смачний цей торт!", бо це розцінюється як неделікатність.

За столом забороняється вести окремі розмови. Усі мають чути того, хто говорить, і, у свою чергу, говорити, щоб його чули всі.

Ніколи не кладіть руки на стіл, тримайте їх на колінах. Прибори не забирайте з тарілок. Не перекладайте прибори з однієї руки в іншу: ніж має бути весь час у правій руці, виделка — у лівій, кінці звернені до тарілки.

Якщо ви хочете, щоб вас вважали джентльменом, ніколи не кажіть цього слова. Англійське прислів'я каже "Джентльмен — той, хто ніколи не вимовляє цього слова".

Шотландців та ірландців називайте "британцями", проте ніколи — "англійцями". На запитання "Ноw do you do?" відповідайте не повідомленнями про своє здоров'я, а таким самим запитанням: "Ноw do you do?"

У ресторані не давайте чайових відкрито, їх треба покласти непомітно під край тарілки.

**НІМЕЧЧИНА**

Називайте титул кожного, з ким розмовляєте. Якщо титул вам невідомий, можна звертатися так: "Негг Doktor". Ви рідко помилитесь, бо існує ціла гама "докторів" (літератури, науки і ін.), і це слово не зарезервовано, як у нас, лише за медиками.

Ніколи не цілуйтесь публічно, бо цим ви шокуєте інших. У Німеччині це відбувається за закритими дверима.

Перед тим як випити, підніміть ваш келих і цокніться з господарем (у Франції, наприклад, піднімають келих, проте не цокаються).

У ресторані вітайте всіх, хто поблизу вас, навіть незнайомих. На вулиці йдіть ліворуч від дами.

**ГОЛЛАНДІЯ**

Будьте стриманими, тримайтесь насторожі. Уникайте потиску рук, не робіть компліментів. Дотримуйтесь пунктуальності під час кожної зустрічі.

**ІСПАНІЯ**

Якщо вас запрошують на сніданок, не приймайте цього запрошення: це звичайна формальність. Якщо його повторюють вдруге — відмовтесь. Тільки після третього запрошення можна прийняти його, бо цього разу воно щире.

Приходити точно у призначений час не прийнято. Неодмінно треба запізнитися на 15—20 хвилин.

Ніколи не приходьте з візитом у години післяобіднього відпочинку.

У поїзді обов'язково запросіть ваших сусідів до столу. Вони відмовляться, так само і ви маєте зробити, якщо це запропонують вам.

**ІТАЛІЯ**

У поїзді зробіть символічний жест — запросіть поїсти разом з вами. Утримайтесь прийняти таке саме запрошення від ваших супутників, обмежившись побажанням їм "приємного апетиту".

Не шкодуйте грошей на чайові; не несіть власну валізу.

У церкву вдягайтеся скромно. Жінки не можуть увійти до церкви в сукні з рукавами вище ліктя, у декольте, з непокритою головою.

Спагетті їжте, накручуючи їх на зубці виделки, — цій важкій справі треба повчитися.

Чоловіки мають бути щедрими на поцілунки рук. У знайомих довідайтесь спочатку про здоров'я їхніх дітей, а потім про їхнє здоров'я.

**ПОРТУГАЛІЯ**

Ніколи не просіть як аперитив порто — тут це вино вважається десертним.

Не варто йти з візитами, не почистивши попередньо взуття. Ніколи не телефонуйте раніше одинадцятої ранку. Не робіть жінкам компліментів публічно.

**США**

Ніколи не пишіть на конверті повністю "Mister" або "Мisstress" — це сприймається дещо принизливо. Повністю пишеться лише слово "Міss".

Якщо ви хочете зустрітися в Америці з друзями, попередньо зателефонуйте їм, сповістивши про свій приїзд, і чекайте на запрошення.

Якщо у вас є рекомендаційні листи до спільних друзів, надішліть їх поштою, надавши друзям ініціативу запрошення.

Не обмінюйтесь рукостисканням під час кожної зустрічі.

За столом не їжте все, що є в тарілці, не збирайте соуси, залишайте трохи від кожної страви.

Ніколи не давайте чайових білетерам у театрі.

Якщо ви запрошені па церемонію шлюбу до церкви, прибудьте вчасно, бо найменше запізнення — неприпустима грубість.

**ПІВНІЧНА АФРИКА**

Якщо вас приймає каїд, не просіть про зустріч з господарем дому.

У ресторані їжте лише великим, вказівним і середнім пальцями правої руки. Ліва рука в цьому участі не бере.

Не пийте під час їжі.

У Марокко погодьтесь випити три склянки (аж ніяк не менше) чаю з м'ятою, які вам запропонують після їжі.

Потиснувши руку господареві, піднесіть свою руку до власних вуст.

У Тунісі, вітаючись на вулиці, поклоніться, піднесіть праву руку до чола, потім — до рота, а потім — до сонця: "Я думаю про тебе, я кажу про тебе, я поважаю тебе" — такий смисл цього звичаю.

Якщо ви запрошуєте мусульман, ніколи не пригощайте їх свининою, а також алкогольними напоями.

Докладно розпитуйте господаря дому про нього, його дітей, проте ніколи про його дружину. І особливо не допитуйтесь, чи чекає вона дитину.

**ШВЕЦІЯ**

Якнайчастіше вживайте слово "task" ("дякую"). Воно буде вашою перепусткою будь-де.

**ШВЕЙЦАРІЯ**

Не цілуйте рук. Не йдіть у гості, попередньо не погодивши ваш візит.

Ніколи не заходьте до квартири, не витерши взуття,

**ЛЕКЦІЯ 16**

**ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ**

**1.  З історії етикету**

**2.              Порядок ділових вітань і представлень**

**3.      Елементи професійного етикету для чоловіків і жінок.**

**Література [22].**

**1. З історії етикету**

*Етикет в епоху античності*

У дослівному перекладі з французької мови «етикет» — ярлик, церемоніал. Церемонії виникли в XVI ст. у середовищі придворних. Саме з XVI ст. це слово разом із правилами придворного життя стало поширюватися по світу.

Етикет — це зведення норм, правил спілкування людей між собою, поведінки кожної конкретної людини в суспільстві — у тому соціальному середовищі, де вона живе.

В епоху античності спостерігаються перші спроби зробити соціальну поведінку людей «красивою». Поєднання красивого і морального називалося у древніх греків — «калокагатією».

Норми поведінки не визначали, як треба діяти в конкретних ситуаціях, а пропонували тільки загальний напрямок діяльності, давали кожному максимальну волю вибору поведінки.

Найголовнішим для древніх греків було жити розумно, за завітами предків і законами держави, уникаючи надмірностей і крайностей.

Гарним вихованням вважалося те, яке вчило людину самостійно думати. Вміючи думати, вона (людина) сама зрозуміє, як і де поводитися.

У Древній Греції формуються уявлення про ввічливість.

У реальному житті античного суспільства принципу «розумної міри» не завжди вдавалося дотримуватися, особливо в період Римської імперії. Життєрадісність, прагнення до задоволень, властиві античній людині, нерідко переростали в надмірності.

Зразком того часу був зразок поведінки шляхетної людини, героя, що поєднує в собі моральні, громадянські та естетичні риси.

Чемність виявлялася в усьому: у стриманості, скромності, тактовності.

Головна відмінна риса шляхетної людини — турбота про честь, прагнення до слави і почестей.

В епоху Римської імперії вищі верства суспільства приходять до необхідності виділитися,  посісти особливе місце в суспільстві і підкреслити його за допомогою особливої етикетної атрибутики в одязі, прикрасах, в оформленні застілля, поведінці в трапезній. Так починають складатися основи етикетної поведінки.

*Етикет в епоху середньовіччя*

Найбільш важливими для розвитку етикету є два етапи середньовіччя — розквіт {XI—XV ст.) і пізніше середньовіччя (XVI—XVII ст.) — період розкладу феодалізму і зародження буржуазного суспільства.

До XI ст. у Західній Європі склався особливий стан — лицарство, у ХП—XV ст. воно досягло свого розквіту. Самі лицарі вважали себе «кольором світу», вищою верствою суспільства, яка створила свій кодекс моралі і звичаїв.

Орієнтація лицарської культури полягала в тому, що лицарськими чеснотами вважалися краса і привабливість. Звідси і зовнішній блиск культури лицарства, особлива увага до ритуалу, атрибутики, манер, одягу.

Лицареві слід було бути чемним, уміти складати або хоча б читати вірші, грати на музичному інструменті.

Відмінною рисою лицаря була вірність своїм зобов'язанням.

Однією з вимог до лицаря була мужність. Головним для лицаря була не сама перемога, а поведінка в бою.

Разом з тим лицарські ідеали не зовсім відповідали принципам християнства: гординя, помста за образу.

Особливим було і ставлення лицаря до свого коня і зброї, що були вплетені в етикетну класифікацію.

Одним з обов'язків лицарів була закоханість у Прекрасну Даму (куртуазне кохання).

Етикет організовував поведінку придворних таким чином, щоб возвеличити царюючу особу і затвердити придворну ієрархію. Саме поняття «етикет» означало суворо встановлений порядок поведінки при дворі монарха. Такі правила на картках-етикетках (у перекладі з французької) були роздані придворним Людовика XIV. Звідси виникло і поняття «етикет».

Етикет визначив стандарти і канони не тільки поведінки, але і всього способу життя дворянства.

Головним мірилом людини в цей час стає честь — поняття, що включає в себе весь моральний кодекс світського феода­ла.

Етикет в цей час мав характер закону і дуже сильно впливав на вище суспільство. Порушення норм етикету вважалося злочином.

Перший відомий трактат про поведінку був виданий ще в 1204 р. іспанським священиком Педро Альфонсо і називався «Дисципліна клерикаліс». У ньому викладалися правила поведінки за столом, порядок ведення бесід, прийому гостей та ін.

Істотні особливості етикету того періоду були пов'язані з релігійною мораллю. Законодавцем моралі була церква, що сан­кціонувала, освячувала, закріплювала привілеї пануючого ста­ну, у тому числі і через норми етикету.

Історія етикету в Україні налічує багато століть. Вона увібра­ла в себе ознаки як загальнолюдського етикету, так і своєрідні, властиві тільки нашій культурі на даному етапі розвитку.

*III. Етикет у новий час*

XVII століття, яке відзначене першими революціями європейського масштабу, відкрило Новий час, який характеризується цілим рядом буржуазних революцій аж до початку XX сторіччя.

Особливості цієї епохи відбилися на змісті, особливостях функціонування і розвитку етикету.

Раціоналізм, що панував у цей період, сприяв тому, що в самих знаннях був зроблений акцент на технологічність. Етикет розглядався як своєрідний інструментарій для стримування людських афектів.

Новий час вніс нові акценти в розуміння ролі і місця особистості в житті суспільства. У центрі уваги опинилася людина.

Почуття власної гідності у Новий час стає базовим в етикеті. Буржуазія внесла в суспільну свідомість нову систему цінностей і чеснот, на базі якої і ви росли норми і правила етикету, принципи індивідуалізму і корисності.

У буржуазному середовищі етикет стає більш відкритою і демократичною системою, а в етикеті великого значення набувають особистісні характеристики і чесноти людини, її моральна позиція.

Своєрідність етикетної культури цієї епохи виявилася в ряді основних характеристик: практичності норм етикету; апеляції до здорового людського глузду; моральній змістовності етикету; рівності людей різних соціальних статусів перед вимогами суспільних норм; не догматичності етикету, динамізмі та мінливості його правил.

**2. Порядок ділових вітань і представлень**

Як правило, будь-яке ділове спілкування починається зі знайомства. Чи проводите Ви ділову бесіду, переговори, прийшли на прийом — варто представитися самому, представити своїх колег. Як же зробити це відповідно до правил етикету?

Чоловік, незалежно від віку і посади, завжди представляється жінці першим.

Молодших за віком або службовим становищем чоловіків і жінок варто представляти старшим.

При рівному статусі більш молодий представляється більш літньому.

З двох людей приблизно рівних за віком, посадою, рангом, першим представляється більш увічливий.

Одна людина завжди представляється парі, групі.

Коли представляють одну людину декільком — голосно називають її прізвище, ім'я. Людина, яка рекомендується, легко вклоняється всім присутнім.

Якщо Ви представляєте двох людей один одному, то зобов'язані самі назвати особу, що представляється.

Якщо Ви знайомите жінку з чоловіком, варто сказати, звертаючись до жінки: «Ніно Іванівно, дозвольте представити Вам Сергія Петровича».

Якщо представляючий знайомить людей одного віку, рангу, статі, то він зобов'язаний представити менш знайомій людині більш знайому.

Якщо чоловік у момент представлення сидить, він зобов'язаний піднятися.

Будь-яке представлення супроводжується легким уклоном.

Варто уникати глибоких уклонів, різких рухів, клацань каблуками.

Будь-яке знайомство супроводжується рукостисканням. Цей звичай бере початок ще з древніх часів. Людина, простягаючи руку, як би говорить іншій: «Я відкрита, дружньо настроєна, у мене немає каменю за спиною».

*Рукостискання*

Психологи стверджують, що рукостискання в тій або іншій мірі характеризує людину. Слабке говорить про невпевненість, сильне — про спробу домінувати і т.д. Тому на цей знак невербального засобу спілкування варто звертати серйозну увагу.

Першим руку подає той, кому представляються.

Якщо Вам не простягають руку, варто злегка вклонитися.

Для рукостискання простягають праву