

НАТАЛЬЯ ФРИЦЛЕР

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ В ГЛОБАЛЬНОМ МИРЕ

СТРАНЫ ЕВРОПЫ



12+

Наталья Михайловна Фрицлер

Деловой этикет в глобальном мире. Страны Европы

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=67255668

SelfPub; 2022

Аннотация

Первое впечатление можно произвести только один раз. Именно поэтому важно произвести правильное первое впечатление, т.е. такое, которое базировалось бы на чувстве принятия партнерами друг друга. Добиться такого чувства можно, в первую очередь, за счет следования правилам и ритуалам общения, сложившимся в международной деловой практике. При этом совершенно особое место в этой практике занимает первый контакт с иностранным партнером, поскольку, по утверждению экспертов, именно первая (максимум вторая) встреча определяют успех всего общения, а значит, и обсуждаемой деловой сделки.

Содержание

Раздел I. Деловой этикет в общении с иностранными партнерами	5
1. Первая встреча с иностранным партнером	5
1.1. Список контрольных вопросов	6
1.2. Язык общения	8
1.3. Официальный и национальный языки	9
1.4. Английский язык как лингва франка	12
2. Приветствие	17
2.1. Формальное и/или официальное приветствие	17
2.2. Ритуалы приветствия в Азии	21
2.3. Отдельно о женщинах	26
2.4. Приветствие группы	28
2.5. Полуформальное, неформальное и дружеское приветствие	29
3. Представление сторон	36
3.1. Порядок представления сторон	37
3.2. Представление в ситуациях светского общения	38
3.3. Представление во время мероприятий	40
3.4. Самопредставление	41
3.5. Титулы, звания, должности	42
4. Обмен визитными карточками	47

4.1. Визитки в практике зарубежной работы	48
4.2. Процедура обмена визитными карточками	58
5. Зрительный контакт во время общения	60
5.1. Зрительный контакт: как у нас?	61
5.2. Зрительный контакт: а как у них?	62
6. Small talk, или светская беседа	65
6.1. В каких ситуациях нужна светская беседа?	66
6.2. Как начать светскую беседу?	68
6.3. Как правильно выбрать тему светской беседы?	70
Конец ознакомительного фрагмента.	76

Наталья Фрицлер Деловой этикет в глобальном мире. Страны Европы

Раздел I. Деловой этикет в общении с иностранными партнерами

1. Первая встреча с иностранным партнером

Первое впечатление можно произвести только один раз

Именно поэтому важно произвести *правильное* первое впечатление, т. е. такое, которое базировалось бы на чувстве принятия партнерами друг другом. Добиться такого чувства можно, в первую очередь, за счет следования правилам и ритуалам общения, сложившимся в международной деловой практике. При этом совершенно особое место в этой практике занимает первый контакт с иностранным партнером, по-

скольку, по утверждению экспертов, именно первая (максимум вторая) встреча определяют успех всего общения, а значит и обсуждаемой деловой сделки¹.

1.1. Список контрольных вопросов

Нередко высказывается мысль о том, что контакты с иностранными партнерами должны быть организованы в соответствии с требованиями дипломатического этикета и протокола. Однако одним из этих правил является настоятельная рекомендация использовать местные поведенческие ритуалы и традиции, поскольку «правила протокола основываются на так называемом принципе «международной вежливости», под которым понимается «соблюдение почтительности и уважение всего, что символизирует и представляет государство»².

«Дипломатический протокол – не изобретение какой-то одной страны или группы дипломатов; это категория историческая, итог многовекового общения стран и народов между собой, накопления и отбора из бесконечных повторений тех правил поведения, которые в наибольшей степени отвечали интересам поддержания общения»

¹ Camerer, Rudi and Mader, Judith (2012) Berlin, Cornelsen Schulverlage GmbH

² Кузьмин Э. Протокол и этикет дипломатического и делового общения. М.: ДА МИД России, 1996, с.4

Как-то раз во время встречи в одной уважаемой российской компании один из менеджеров высказал такую мысль: «Они (потенциальные партнеры) – ведь тоже люди. Нам есть что обсудить, и мы как-нибудь с ними договоримся».

В эпоху постоянно меняющихся экономических отношений такой подход сложно назвать соответствующим целям долгосрочного и взаимовыгодного сотрудничества, которое должно быть основано на глубоком знании сторонами друг друга. Деловая практика обильно представлена примерами разрыва отношений между, казалось бы, уже партнерами. Одной из причин нередко является взаимное незнание ими особенностей культурных отличий каждого. Создание по-настоящему гармоничных отношений должно начинаться с предварительного заочного знакомства с партнером, в ходе которого важно понять наиболее значимые для него нормы, правила и ценности.

Перед первой встречей задайте себе вопрос «Что я должен знать о ритуале общения с моим потенциальным иностранным партнером?» Именно о ритуале общения, а не его теме или проблемах, которые вы собираетесь обсудить. Список контрольных вопросов мог бы выглядеть следующим образом.

– Как мне приветствовать моего партнера?

- Как я должен представиться? Важна ли моя академическая – степень (если она есть)?
- Каковы правила обмена визитками?
- Что должно быть на визитке?
- Каким должно быть расстояние комфортного общения?
- Важна ли светская беседа?
- Сколько времени может длиться светская беседа?
- Каковы ее темы?

В процессе общения как во время первого, так и особенно в ходе последующих контактов часто имеет место вручение или обмен подарками. В этом случае список контрольных вопросов может быть дополнен следующими: какие подарки являются предпочтительными в той или иной культуре и каких подарков следует избегать.

1.2. Язык общения

Каждый, кто планирует или уже начал совместный проект с иностранным партнером, обязательно сталкивается с проблемой языка общения, за исключением, разумеется, тех случаев, когда одна из сторон хорошо владеет языком партнера. В настоящее время рабочим языком международного бизнеса является английский, однако это не значит, что этот язык может выступать в качестве средства общения во всех уголках планеты. Даже в такой, традиционно считающейся

англоговорящей стране, как Индия, далеко не все владеют английским.

Самые распространенные языки в мире по числу говорящих на нем как на родном:

- английский (1348 млн человек);
- китайский (1120 млн человек);
- хинди (600 млн человек)³.

1.3. Официальный и национальный языки

Как правило, официальным языком государства является один национальный язык, который юридически и фактически используется государственными, законодательными и судебными органами той или иной страны. Это не значит, что в этих странах не используются другие языки. Нередко, как раз напротив, используемых языков может быть много, однако они не имеют статус официального. Вместе с тем подобный статус может быть присвоен и большему количеству языков, как, например, в Индии, где 19 языков объявлены официальными, или в Южной Африке с 11 официальными языками. В бывших колониях официальным языком часто является язык прежней колониальной державы.

Таким образом, официальный язык имеет привилегиро-

³ <https://www.ethnologue.com/statistics/size> (дата обращения 08.11.2021)

ванный статус в государстве (или международной организации). Применительно к официальному языку государства часто используется термин *государственный язык*, хотя главы и правительственные институты некоторых государств настаивают на разграничении этих двух понятий.

В качестве короткой исторической справки следует отметить, что еще в 1953 г. экспертами ЮНЕСКО было предложено разграничивать понятия «государственный» и «официальный» языки. При этом «государственный язык» понимался как язык, выполняющий объединяющую функцию в рамках данного государства в политической, социальной и культурной сферах, выступающий в качестве символа данного государства. Термином «официальный язык» определялся язык государственного управления, законодательства, судопроизводства. Эти два определения носят рекомендательный характер и используются далеко не во всех странах. Заслуживает упоминания также тот факт, что в последнем Отчете ЮНЕСКО 2003 г. термин «государственный язык» не употребляется.

Краткий обзор соответствующей литературы позволяет сделать вывод о том, что в целом ряде государств термины «государственный» и «официальный» языки используются взаимозаменяемо. Почти 50 % стран установили статус государственного (официального) языка на своих территориях. Такой статус может иметь единственный язык (например, в Албании, Германии, Франции и др.) либо более одно-

го языка (такая ситуация сложилась в уже упомянутых ранее Индии и ЮАР, а также в Швейцарии, Бельгии, Афганистане, Канаде и др.). Иногда государственный (официальный) язык устанавливается не для всей страны, а для ее отдельных частей, как, например, в США, где английский язык имеет статус государственного в отдельных штатах. В ряде других случаев государственный (официальный) язык признается на территории всей страны, однако для отдельных регионов дополнительно к нему устанавливаются другие языки, которые также имеют статус государственного в этих регионах (например, татарский язык в Татарстане). И, наконец, в некоторых странах само понятие государственного (официального) языка вообще отсутствует (например, в Австралии, Люксембурге или Эритрее). При этом какой-то один основной язык все-таки существует, а сферы использования этого и (возможно) других языков регулируются целым рядом специальных документов⁴.

Как чрезвычайно разнообразную можно охарактеризовать ситуацию в африканских странах, а также в Южной и Юго-Восточной Азии. В этих регионах мира многие страны с колониальным прошлым сохранили языки своих прежних завоевателей (английский или французский), придав им в ряде случаев статус государственного, хотя эти языки и не являются национальными языками в этих странах или, по

⁴ См., напр., Дьячков М.В. Миноритарные языки в полиэтнических (многонациональных) государствах. М., ИНПО, 1996

крайней мере, языками большинства населения. Эти языки получили также статус языков обучения, что имеет большое значение для настоящего и последующего социально-экономического развития этих стран.

Интересным представляется опыт Ирландии, в которой первым государственным и национальным признан ирландский язык, на котором, тем не менее, говорит менее одной трети населения страны. При этом статус английского языка, на котором говорит большинство населения, определен как второй государственный.

Помимо официального, некоторыми странами признаются так называемые национальные языки, которые могут также называться официально признанными языками национальных меньшинств. На этих языках может вестись обучение в школах, он может использоваться в деловой практике для ведения делопроизводства (таковым, например, является сардинский язык в Италии).

1.4. Английский язык как лингва франка

Английский язык называют лингва франка (*lingua franca*, франкский язык) современного международного бизнеса. Лингва франка представляет собой функциональный тип языка, который используется в качестве средства общения между носителями разных языков в определенных сферах социальных контактов. Лингва франка иногда называют ра-

бочим, общим, соединяющим или торговым языком.

Отдельной проблемой, связанной с английским языком, является произношение. Даже люди, хорошо владеющие английским, сталкиваются со значительными трудностями в процессе общения с представителями как англоговорящих, так и неанглоговорящих стран. Считается, что носители языка лучше понимают друг друга, говоря на английском, чем тех, для кого этот язык является родным. Это вызвано, с одной стороны, разницей в словарном запасе и тонкостях его использования, а с другой – особенностями произношения носителей языка, использующих диалектные, просторечные и другие слова и выражения, часто не зафиксированные в словарях.

Из истории вопроса: лингва франка (lingua franca)

Термин возник для обозначения смешанного языка, используемого в качестве средства коммуникации, прежде всего, в сферах торговли и дипломатии народами, проживающими в Восточном Средиземноморье. Зародившись во время позднего Средневековья, лингва франка пережил свой расцвет в эпоху Возрождения и существовал вплоть до XVIII столетия. В целом он является упрощенной версией итальянского языка с большим количеством заимствований из греческого, старофранцузского, португальского, испанского, а также арабского и турецкого.

Название «лингва франка» представляет собой итальян-

ский перевод арабского *Lisanal-ifrang*; арабское же название возникло из-за того, что со времен крестовых походов арабы называли «франками» всех западноевропейцев; франкскими они называли и романские языки.

История человечества изобилует примерами рождения, расцвета и угасания лингва франка. Одним из таких примеров является арамейский язык, который использовался, в частности, во времена Иисуса Христа практически на всей территории Ближнего Востока. В качестве другого примера можно привести латынь, на котором общались народы Западного Средиземноморья в эпоху Римской империи. В современной Африке языком межэтнического общения является суахили, используемый в качестве второго или третьего языка общения на обширной территории Восточной и Центральной Африки. Русский язык по-прежнему выступает в роли лингва франка на территории постсоветского пространства.

Иногда английский язык, на котором говорят те, для кого он не является родным, оказывается более предпочтительным в деловых ситуациях, чем язык его носителей. Так, Южнокорейская авиакомпания заказала авиасимуляторы у французских (а не у британских) поставщиков, потому что ее служащие лучше понимали английский язык во французском исполнении.

Для людей, выросших на европейском континенте, а также для россиян сложным является акцент, с которым говорят на английском языке представители целого ряда азиатских стран, включая Индию, Бангладеш, Китай, Вьетнам и др. Справиться с ситуацией помогут речевые стратегии переспроса, перефразирования, суммирования, обобщения и др., например:

- попросите вашего партнера повторить высказывание;
- попросите вашего партнера говорить медленнее / громче;
- повторите высказывание вашего партнера и спросите, правильно ли вы его поняли;
- изложите в обобщенном виде мысль партнера и спросите, это ли он имел в виду;
- если вы поняли только часть фразы, сконцентрируйте дальнейшее общение на этой части. Например, если вы поняли дату или место какого-либо предполагаемого события, спросите партнера, что конкретно планируется в этот день или – в этом месте. В последующих вопросах уточняйте детали планируемого мероприятия.

С течением времени по мере развития деловых контактов и более частого общения вы постепенно привыкнете к особенностям произношения вашего партнера.

Встречи между предпринимателями, постоянно находящимися в поиске новых возможностей для развития бизне-

са, нередко возникают спонтанно. Овладеть языком потенциального партнера за несколько дней невозможно, однако выучить 5–10 простых фраз вполне по силам. Эти фразы, сказанные во время деловой встречи на родном языке партнера, могут сослужить хорошую службу в установлении более дружественных, а значит, доверительных отношений.

2. Приветствие

Любой деловой контакт начинается с того, что стороны приветствуют друг друга на выбранном ими языке общения. Формы приветствия при этом могут существенно отличаться в зависимости от того, какие национальные культуры представляют партнеры⁵.

2.1. Формальное и/или официальное приветствие

Самой распространенной формой приветствия является *рукопожатие*, которое считается наиболее оптимальным и почти повсеместно принимаемым ритуалом. Как правило, это происходит в начале встречи, когда партнеры подходят

⁵ Материалы данного раздела разработаны на основе сопоставительного анализа следующих публикаций: Sabath, A.M. (2012) *International business etiquette: Latin America*. – Bloomington, iUniverse, Inc.; Martin, J.S., Chaney L.H. (2012) *Global business etiquette: a guide to international communication and customs*. 2nd ed. Santa-Barbara, Praeger: An Imprint of ABC–CLIO, LLC); Tomalin, B., Nicks, M. (2014) *World Business Cultures. A Handbook*. 3rd ed. London: Thorogood Publishing Ltd.; Schweizer, S., Alexander, L. (2015) *Access to Asia: your multicultural guide to building trust, inspiring respect, and creating long-lasting business relationships*, New Jersey: John Wiley & Sons; Klinkenberg, H. (1992) *At Ease... Professionally. An Etiquette Guide for the Business Arena*. Chicago: Bonus Books, Inc., http://www.ediplomat.com/np/cultural_etiquette; <http://www.commisceo-global.com/country-guides>.

друг к другу, протягивают и пожимают руки друг друга, одновременно слегка ими покачивая. В случае если гости зашли в помещение, хозяин которого сидит за столом, ему рекомендуется встать из-за стола и, сделав несколько шагов навстречу гостям, поздороваться с ними.

Важно помнить, что рукопожатие может:

- быть крепким, энергичным или слабым, даже вялым;
- иметь различную длительность – от очень короткого до довольно продолжительного, когда партнер держит вашу руку в своей какое-то время;
- сопровождаться зрительным контактом (когда партнер смотрит вам в глаза) или происходить без него (когда партнер избегает смотреть вам в глаза).

Почему эти детали имеют такое большое значение, особенно во время первой и второй встречи? Дело в том, что на стадии установления отношений с потенциальным партнером важным является любой нюанс, поскольку в это время происходит своеобразная (осуществляемая, порой, на подсознательном уровне) предварительная оценка партнерами друг друга. Слабое, вялое рукопожатие, при котором партнер едва прикасается пальцами к вашей руке, может быть ассоциативно связано с целой гаммой неприятных ощущений, например – перед вами безвольный, скрытный, неискренний и т. д. человек. Зачем тогда иметь с ним дело?

Это может показаться удивительным, но люди нередко запоминают свои ощущения именно на физическом уровне,

т. е. в памяти сохраняется образ того слабого рукопожатия, вызвавшего негативное восприятие партнера.

Важными в ходе приветствия являются процедурные моменты, например, кто должен первым протянуть руку для рукопожатия. Общими правилами являются следующие:

человек, занимающий более высокий пост, первым протягивает руку для рукопожатия;

представитель принимающей стороны, находясь, например, в своем офисе, выходит из-за стола, приветствует гостей, протягивая руку для приветствия.

Иногда приветствие производится не в форме рукопожатия и при этом не одной, а двумя руками. Так, во Вьетнаме, особенно на торжественных, официальных мероприятиях или в сельских районах страны, можно увидеть приветственный жест, при котором ладонь левой руки как бы «обнимает» сложенную в кулак ладонь правой руки. Тем самым выражаются особые чувства уважения и радушия по отношению к гостю (рис. 1). Подобное приветствие, как правило, сопровождается легким поклоном, который является традиционной формой приветствия во Вьетнаме и о котором речь пойдет ниже.



Рисунок 1 – Ритуал приветствия во Вьетнаме⁶

В деловых (и не только) кругах Афганистана можно увидеть приветствие, которое продемонстрировали на моих занятиях слушатели-афганцы, приехавшие на учебу в Германию из этой страны (рис. 2).

⁶

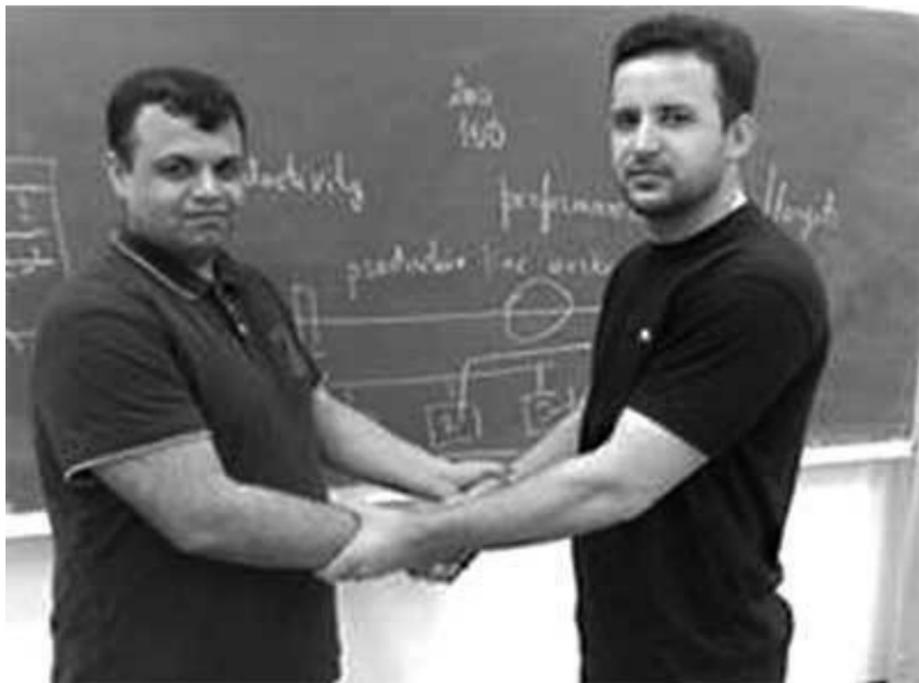


Рисунок 2 – Приветствие в Афганистане

2.2. Ритуалы приветствия в Азии

Другой формой приветствия, распространенной, в частности, на Востоке, является **поклон**. Этот ритуал распространен прежде всего в странах Южной и Юго-Восточной Азии, и выполняется он в различных культурах по-разному. Так, в Японии поклон является чрезвычайно важным ат-

рибутом приветствия, к которому детей приучают с раннего возраста. При этом компании нередко организуют специальные учебные сессии для своих сотрудников, обучая их искусству поклона.

Ритуал поклона содержит ряд важных правил:

- Он выполняется с прямой спиной.
- Мужчины прижимают руки к боковым частям тела (рис. 3).
- Женщины держат руки перед собой (рис. 3).
- Глаза опущены вниз.
- Зрительный контакт в целом не должен быть длительным и пристальным во время приветствия.
- Как правило, чем глубже и продолжительнее поклон, тем больше уважения и почтительности он выражает.



Рисунок 3 – Ритуал поклона для мужчин и женщин

Сложность искусства поклона заключается в том, что он содержит множество нюансов и используется в разных ситуациях официального, а также полуофициального и личного общения. Например, важной, помимо уже упомянутых правил, является продолжительность поклона, которая, как правило, составляет 2–3 секунды. Если поклон длится дольше, вежливым является еще один поклон. В ответ ваш собеседник может также еще раз поклониться. Таким обра-

зом, процедура приветствия может включать несколько поклонов, каждый последующий из которых будет менее глубоким, чем предыдущий.

Поклон лица, стоящего ниже по служебной лестнице, ниже и глубже, чем поклон высшего по должности или рангу. Руководитель, обращаясь к подчиненному, может просто кивнуть ему, слегка наклонив голову вниз, или вообще опустить поклон во время приветствия.

Существуют также поклоны-извинения, поклоны-благодарности и др., которые имеют свою технику исполнения, где каждое движение исполнено определенного смысла.

В других странах азиатского региона ритуал приветствия выполняется иначе. Например, в Индии традиционным является особый жест – *Намастэ*, который означает «Я приветствую божественное в тебе». Одновременно с произнесением Намастэ необходимо сложить ладони рук на уровне груди и слегка поклониться.



Рисунок 4 – Приветствие в Индии – Намастэ

Этот ритуал может иметь и другие названия в разных частях Индии или в других странах Южной и Юго-Восточной

Азии, при этом собственно жест всегда остается неизменным. Важным является положение рук – чем выше положение в обществе того, с кем вы здороваетесь, тем выше должны быть ваши ладони. Во время приветствия равного вам по уровню человека ладони должны быть на уровне груди. Если ваш партнер старше вас по возрасту, поднимите ладони до уровня шеи. Здороваясь со своим духовным учителем или гуру, поднимите ладони еще выше, до уровня лица⁷.

Более детальная информация о формах приветствия в разных странах представлена ниже.

В ситуации приветствия довольно часто возникают самые разнообразные вопросы, которые требуют дополнительных разъяснений. К ним, в частности, относятся следующие.

- Как приветствуют женщин в разных культурах?
- Как быть, если перед вами группа?
- Существуют ли правила приветствия детей?
- Как выглядит неформальное или дружеское приветствие?
- Перейдем к рассмотрению этих вопросов.

2.3. Отдельно о женщинах

Приветствуя женщину, мужчина должен дождаться, когда она первой протянет руку. Таким является общее правило, которому следует целый ряд европейских стран, а также

⁷ <https://indonet.ru/travelguide/India-info/Pravila-Indii/namaste-zdravstvuite>

государств Северной и Южной Америки. Женщина может ограничиться только словесным приветствием и (или) легким кивком головы. В этом случае мужчине важно понять намерение женщины и приветствовать ее в том же ключе, не настаивая при этом на рукопожатии.

Однако в последнее время все большее распространение получает практика, при которой рукопожатие во время приветствия ожидается в равной степени от обоих партнеров независимо от их половой принадлежности. Подобное поведение является нормой, в частности, в деловой культуре США.

Приветствие женщины в восточных странах выглядит иначе. В странах, где ведущей религией является ислам, физический контакт между мужчинами и женщинами в целом не приветствуется. Помимо культурных традиций, многое зависит от происхождения (сельская или городская местность) и уровня образования женщины. Образованные горожанки скорее протянут вам руку для приветствия, чем необразованные жительницы деревень.

Страновые отличия в традициях приветствия женщин очень существенны. Так, в Саудовской Аравии приветствие между мужчинами и женщинами, сопровождающееся физическим контактом, возможно только между членами семьи. Во время встречи, на которой по тем или иным причинам должны присутствовать женщины, посторонним, особенно лицам неарабского происхождения, достаточно приложить

руку к груди на уровне сердца, что будет однозначно воспринято как приветствие.

2.4. Приветствие группы

Если перед вами группа, состоящая из нескольких человек (до 10–12), необходимо подойти и лично поздороваться с каждым, включая детей. На женщин, если таковые находятся в группе, распространяются правила, описанные выше. При этом лучше начинать ритуал приветствия с левой стороны.

Однако если вы находитесь в стране с сильными мусульманскими традициями, следует начинать процедуру приветствия группы с противоположной, то есть правой стороны, поскольку в этих культурах действует так называемое правило правой руки. Строго говоря, это не совсем правило, а скорее сложившаяся в обществе привычка, основанная на некоторых мусульманских установках, которые определяют левую руку как «нечистую».

В случае численно большой группы можно ограничиться словесным приветствием (если возможно, то на родном языке группы) и перейти к процедуре представления, которая подробно будет рассмотрена ниже.

2.5. Полуформальное, неформальное и дружеское приветствие

Переход от официального приветствия к неформальному и даже дружескому в различных культурах происходит по-разному. С некоторыми партнерами, например с немцами, японцами или китайцами, отношения в течение долгого времени тяготеют к «официальному» полюсу, характеризуясь при общей доброжелательности сдержанностью и нейтральным проявлением эмоций. С другими партнерами, в частности с мексиканцами, бразильцами или американцами, довольно быстро становятся возможными жесты, выражающие определенную степень «потепления» между сторонами. Знание подобного языка жестов, которым его носители владеют в совершенстве, поможет обойти неловкие ситуации в общении с иностранными партнерами.

Речь в данном случае идет прежде всего о таких широко распространенных формах приветствия, как объятия, поцелуи, воздушные поцелуи, похлопывания по спине, плечу или рукам и др.

Обнимание

В деловой практике обнимание чаще всего не является элементом приветствия во время первой встречи. Многие культуры избегают подобного проявления эмоций и в хо-

де дальнейшего общения, например, представители Скандинавских стран, в которых не принят физический контакт с людьми, не являющимися родственниками или друзьями. То же самое можно сказать и о немцах, англичанах, северных американцах, носителях азиатских культур.

Вместе с тем в целом ряде стран обнимание партнерами друг друга составляют неременный привычный атрибут начала и конца встречи. Об этом надо помнить, общаясь с выходцами из стран Южной Америки, Средиземноморья, Африки. Деловые партнеры из этих культур могут довольно быстро перейти к более дружеской форме общения, предполагающей и более тесный физический контакт. Это, однако, не означает, что в отношениях наступила большая степень доверительности или что партнер готов к подписанию контракта.

Подобно рукопожатию в процессе обнимания содержится ряд деталей, на которые следует обратить внимание, а именно:

- 1) степень близости между партнерами может быть различной. Например, в некоторых славянских и, в частности, в русской культуре расстояние между приветствующими во время обнимания практически минимально. В западноевропейских странах, обнимая во время приветствия (или прощания), партнеры несколько отстоят друг от друга, только слегка касаясь плеч или верхней части рук другого человека;
- 2) собственно ритуал обнимания выполняется по-разно-

му в различных культурах. Иногда приветствующие стороны заключают друг друга в объятия, которые кто-то называет сердечными, а кто-то – медвежьими. В других странах достаточно обхватить партнера за плечи или верхнюю часть рук. Иногда процедура приветствия включает элементы рукопожатия и обнимания одновременно: каждая из сторон прикасается, слегка пожимая правое плечо (или верхнюю часть руки) другого человека, в то время как свободная рука протягивается для рукопожатия.

На рисунке 5 и 6 обратите внимание на расстояние между обнимающимися.



Рисунок 5 – Приветствие в Саудовской Аравии⁸



Рисунок 6 – Мои слушатели из Афганистана демонстрируют ритуал обнимания в своей стране

Целование

Подобно обниманию, поцелуй вряд ли станет элементом вашего приветствия в ходе первого контакта. Однако по мере развития совместной деятельности и более частых встреч

⁸ <https://www.arabamerica.com/19-you-know-youre-an-arab-when-items-you-may-find-relatable/>

с зарубежным партнером отношения могут перейти в менее формальные, что может повлечь за собой изменения в ритуале приветствия.

Чтобы не попасть в неловкое положение, важно знать следующее:

1) приветственный обмен поцелуями не всегда предполагает реальное прикосновение губами к щеке партнера. Достаточно будет так называемый air-kiss, во время которого происходит имитация поцелуя возле щеки другого человека;

2) в некоторых культурах ритуал поцелуя начинается с левой щеки, в других – напротив, с правой. Этот аспект, как правило, вызывает наибольшие проблемы во время приветствия, поскольку стороны ведут себя согласно привычной им норме поведения в подобных ситуациях;

3) количество поцелуев во время приветствия также отличается не только в разных странах, но и даже в разных областях одной страны. Примером является Франция, в которой в зависимости от местности принято обмениваться поцелуями от одного до пяти раз. Во многих европейских странах достаточно и двух раз (например, в Германии и Голландии), но начинаться весь ритуал может либо с левой (Германия), либо с правой щеки (Голландия).

Во всех приведенных ситуациях речь идет о том, как приветствуют друг друга мужчины. Ритуал приветствия между женщинами может включать в зависимости от культурной принадлежности как обнимание, так и поцелуи, однако,

как правило, только по истечении некоторого времени, когда стороны лучше узнают друг друга. Между женщинами и мужчинами данные элементы приветствия лучше избегать, поскольку отношение к ним весьма неоднозначно и характеризуется, скорее, индивидуальными, нежели национальными предпочтениями. Все указанные выше формы приветствия используются также и во время прощания.

Другие формы приветствия

В разных регионах мира можно встретить особые ритуалы приветствия, которые, как правило, имеют давние традиции и которым и по сей день следуют носители проживающих в этих регионах культур.

*Одним из таких ритуалов является приветствие носами. Он распространен в арабских (в частности, в странах Персидского залива и Йемене) и ряде азиатских стран и на островах Полинезии, среди эскимосов, проживающих в Гренландии, в Новой Зеландии среди местного населения маори и др. В этой последней культуре данный ритуал называется *Hongi* и используется как формальное приветствие, иногда сопровождаемое рукопожатием.*

Эта форма приветствия по-разному выполняется у различных народов. Например, маори должны прикоснуться друг к другу одновременно носом и лбом. В большинстве арабских стран достаточно прикоснуться друг к другу носом, при этом в Йемене важно именно потереться носами.

ми. Эскимосы в ходе приветствия прикасаются друг к другу только самым кончиком носа. Отличным является также и то, как нужно вдыхать воздух во время такого приветствия⁹.

К другим необычным ритуалам можно отнести, например, то, как, здороваясь, показывают кончик языка в Тибете, приветствие, сопровождаемое танцем, и по сей день принятое в некоторых африканских странах, и многое другое.

⁹ https://en.wikipedia.org/wiki/Eskimo_kissing

3. Представление сторон

Представление сторон друг другу происходит, как правило, во время их первой встречи. При этом необходимо соблюдать определенный ритуал и следовать некоторым несложным правилам, знание (или незнание) которых, тем не менее, позволит партнерам увидеть, насколько профессиональным является деловое общение другой стороны. Грамотное и соответствующее ситуации представление участников общения друг другу создаст уже на этом этапе коммуникации необходимые предпосылки для дальнейших успешных контактов.

Прежде чем перейти к описанию ритуала представления, обратите внимание на следующие вопросы. Знание ответов на них покажет вам, насколько вы готовы сделать это **правильно**.

Каким должен быть порядок представления присутствующих?

Каким образом меняется форма представления в зависимости от ситуации общения (деловая, социальная и др.)?

Какие титулы, звания, должности используются в разных культурах?

3.1. Порядок представления сторон

Порядок представления сторон в самом общем виде определяется мерой их властных полномочий и положением в иерархической системе. В приведенных ниже примерах рассматриваются конкретные ситуации делового общения в рамках формальных бизнес-контактов (например, в ситуациях первичного контакта, знакомства перед началом переговоров или деловой встречи и др.).

Если вы представляете стороны друг другу, важно иметь в виду следующее:

- человека, стоящего ниже по иерархической структуре, представляют тому, кто занимает в ней более высокое положение;
- клиент, партнер или заказчик фирмы (а в США, например, также избранное официальное лицо) имеют в этой ситуации предпочтение, занимая более высокую планку, чем руководитель компании;
- сначала нужно обратиться к *тому*, кому вы представляете то или иное лицо, а затем назвать имя того, *кого* вы представляете;
- называя человека, которого вы представляете, назовите его имя и фамилию, даже если вы знаете ее/его лично и обращаетесь друг к другу по имени;
- представляя кого-либо, уместно кратко добавить ка-

кую-либо значимую информацию (например, назвав регион, в котором человек работает), что может послужить возможной темой последующей общей беседы;

- пол и возраст в очередности представления в деловых ситуациях не играют в настоящее время существенной роли.

В случае если представляют вас, может возникнуть неожиданная проблема – ваше имя произнесено неправильно. В этой ситуации лучше деликатно поправить представляющего вас человека. Это особенно важно, если вы планируете дальнейшее общение с ним, и если процедура представления на этом не заканчивается, и вас будут представлять дальше.

В Приложении 1 даны примеры форм представления и обращения в ситуациях формального делового общения на английском языке¹⁰.

3.2. Представление в ситуациях светского общения

Отдельного рассмотрения заслуживают ситуации светского общения (например, различного рода светские рауты или приемы, праздничные или юбилейные мероприятия, вечеринки и др.).

В соответствии с правилами международного дипломати-

¹⁰ Klinkenberg, H. (1992) *At Ease... Professionally. An Etiquette Guide for the Business Arena*. Chicago: Bonus Books, Inc.

ческого протокола:

- члены королевских семей, главы государств, дипломатических миссий, послы, верховные священнослужители относятся (независимо от возраста и пола) к числу лиц, **которым** должны быть представлены другие люди;
- во время этой процедуры первым следует назвать фамилию лица, **которому** представляют.

За рамками этих правил общий тон светских мероприятий можно, скорее, охарактеризовать как доброжелательно-вежливый и галантный, допускающий элементы как формального, так и неформального представления в зависимости от пола, возраста, социального статуса. В рамках такого общения, как правило, принято следующее:

- мужчина должен быть представлен женщине, если только он не намного старше ее, в этом случае фактор возраста превалирует над фактором пола;
- представляя друг другу людей, близких по возрасту, важно назвать полностью их имя и фамилию, при этом очередность представления не имеет большого значения;
- даже если все в ближайшем от вас окружении на светском мероприятии называют друг друга по имени, представить новое лицо нужно полностью, используя имя и фамилию;
- представляя родственников, необходимо сказать, кем он(а) вам приходится.

В Приложении 2 даны примеры форм представления и об-

ращения в ситуациях светского общения на английском языке¹¹.

3.3. Представление во время мероприятий

Деловое общение может происходить и на различного рода мероприятиях, например, на совместных совещаниях, заседаниях рабочих групп, в ходе деловых встреч с большим или меньшим количеством участников, а также в рамках «круглых столов», семинаров, тренингов и др. На эти мероприятия нередко приглашаются лица из других компаний и организаций, часто незнакомые присутствующим. Правилами этикета считаются следующие:

- не обязательно представлять вновь пришедшего гостя всем находящимся в зале, достаточно представить его ближайшей к вам группе людей. При этом надо сначала назвать фамилию «новенького» (либо имя и фамилию), а затем фамилии других людей. В случае если вы их не помните, можно попросить присутствующих представиться самим;
- если вошедший новый участник мероприятия является VIP персоной, например важным клиентом компании, а в зале находятся только работники вашей компании, то именно они должны быть представлены гостю (а не наоборот);

¹¹ Klinkenberg, H. (1992) *At Ease... Professionally. An Etiquette Guide for the Business Arena*. Chicago: Bonus Books, Inc.

на любом мероприятии хозяин (в лице принимающей или организующей стороны) должен лично приветствовать всех гостей. Нередко приглашенные незнакомы с хозяином. В этом случае целесообразно было бы назначить других лиц, которые встречали бы участников при входе, знакомились с ними, провожали их к хозяину мероприятия, представляли ему новых гостей, а затем сопровождали их в помещение, где предлагаются напитки, и помогали познакомиться с другими людьми.

3.4. Самопредставление

Во время мероприятий нередко возникает необходимость самопредставления. В западной литературе содержится однозначная рекомендация проявить инициативу и подойти к кому-либо из присутствующих, протянуть руку для приветствия, улыбнуться и назвать свое имя и фамилию. Уместно при этом кратко сказать что-либо о себе, например, где вы работаете, или добавить какую-либо информацию, соответствующую теме мероприятия, например вы участвовали в тех или иных проектах и знаете эту область исследований. Не заостряйте при этом внимание на своих личных достижениях.

В Приложении 3 содержатся особые формы обращения в деловой практике англоязычных стран¹².

¹² Klinkenberg, H. (1992) *At Ease... Professionally. An Etiquette Guide for the*

В некоторых культурах ситуацию самопредставления трудно себе представить, поскольку в них сложились традиции знакомства только через посредников. В качестве примера можно привести арабские страны, в которых любого нового человека может ввести в то или иное общество/группу только член (либо хороший знакомый) этого общества/группы.

Во время совместного обеда или ужина не забудьте представиться соседу (соседке) справа или слева от вас, тем самым начав процесс неформального общения.

3.5. Титулы, звания, должности

В разных странах в рамках официального делового общения принято, обращаясь к партнеру или гостю, помимо имени и фамилии, использовать его титул, звание или должность. В этом плане можно отметить весьма существенные различия с российской практикой.

Прежде всего установим значения, которые – применительно к этикетной тематике – эти термины имеют в русском языке¹³.

Титул

Почетное звание, унаследованное, пожалованное или при-

своеенное тем или иным лицом, например граф, герцог. Нередко это – владетельное или родовое звание, требующее соответствующего титулования (высочество, сиятельство и др.). Подобным титулом подчеркивается особое привилегированное, как правило, дворянское или аристократическое положение человека

Звание

Устанавливаемое и присваиваемое компетентными органами наименование, свидетельствующее об официальном признании заслуг отдельного лица, его служебного положения, а также квалификации в области какой-либо деятельности, например ученое звание (доктор), воинское звание (майор) и др.

Должность

Установленная в определенном порядке первичная структурная единица штатного расписания той или иной государственной или негосударственной организации, определяющая содержание и объем полномочий, размер денежного содержания и место в иерархической структуре организации лица, ее замещающего

В российской деловой практике не принято, обращаясь к партнеру, прибавлять к его имени и фамилии (или имени и отчеству) титул, звание или должность. В последние годы все чаще стали употребляться такие слова, как *госпожа* или *господин*, причем чаще в письменной, нежели в устной речи.

Эти слова определяются как формы обращения в процессе коммуникации. В других культурах (например, в Германии) эти слова (соответственно, *Frau* и *Herr*) постоянно используются как в устной, так и в письменной речи, при этом всегда вместе с фамилией (а не именем) человека, к которому обращаются (например, *Frau Schmidt*, *Herr Hofmann*).

В международной деловой практике в процессе общения на английском языке при обращении к мужчине принятой является форма *Mr* (сокр. *Mister – господин*), после чего следует фамилия (а не имя) человека, например *Mr Jones*. В общении с женщиной формы обращения могут быть различными, поскольку нередко зависят от семейного положения женщины. Например, в ходе переговоров с замужней женщиной обычно используется форма обращения *Mrs* (сокр. *Mistress – госпожа*), после чего следует фамилия (а не имя) женщины, например *Mrs Jones*. Если семейный статус женщины неизвестен, предпочтительным является обращение *Ms*, например *Ms Smith*. Форма *Miss*, как правило, используется при общении с молодой незамужней женщиной (обе формы – *Ms* и *Miss* также происходят от слова *Mistress*). О сокращении *Ms* особенно важно помнить в деловой переписке, поскольку, как показывает практика, ошибки в формах обращения к женщине нередко создают проблемы впоследствии в ходе устного общения. Кроме того, *Ms* считается предпочтительной формой обращения к женщине в сфере деловых отношений в западном мире независимо от того, каким дей-

ствительно является ее семейный статус.

Помимо указанных форм вежливости, используемых при обращении к мужчине или женщине (выше приведены примеры на немецком и английском языках), в области официальных отношений в целом и сфере бизнеса, в частности, принято использование титулов, званий и должностных позиций, если они имеются. В зависимости от региона мира и конкретной страны различия могут быть очень существенными.

Наиболее часто встречающимся является академическое звание *доктор* (или, значительно реже, *профессор*), которое обязательно используется при обращении к обладателям этими званиями, например в США, Канаде, Германии, Индии, Ираке и целом ряде других стран. При наличии у вашего партнера такого звания другие формы вежливости могут либо опускаться (например, в английском, *Dr Jones*, но не *Mr Dr Jones*), либо сохраняться (например, в немецком *Herr Dr Hofmann*). В случае если человек является и доктором, и профессором, при обращении к нему следует использовать более высокое звание профессор.

Ниже в разделе «Путеводитель по странам Европы» содержится подробная информация относительно особенностей обращения к партнеру в европейских культурах.

Как скоро можно перейти на «ты» и называть партнера по имени? Ответ на этот вопрос также опирается на культурные традиции сторон. Так, в США, Скандинавских странах

это происходит довольно быстро, нередко уже в ходе первой встречи. А, например, в Германии и Австрии может потребоваться гораздо больше времени, прежде чем стороны перейдут на «ты». Главное в этом вопросе – не проявлять инициативу. Дождитесь, когда ваш партнер сам предложит называть его по имени.

4. Обмен визитными карточками

Визитная карточка (или как ее просто называют «визитка») является важнейшим печатным средством коммуникации между вами и (или) вашей компанией и всем остальным миром, поскольку она предоставляет информацию, позволяющую связаться с вами. В этой связи визитка рассматривается не просто как неотъемлемая часть любого бизнеса, она выступает в качестве необходимого ресурса, выполняющего, помимо коммуникативной, еще и маркетинговую, имиджевую, информационную и некоторые другие функции. Эффективность этого ресурса, однако, зависит от того, насколько профессионально она выполнена.

В соответствующей литературе можно найти достаточно длинный перечень требований к визитке, которые, как правило, разработаны специалистами, работающими в том или ином регионе, стране или даже городе в соответствии с практикой, которая сложилась в этом месте. Эти требования касаются прежде всего размера визитки, используемой цветовой гаммы и шрифта, объема размещенной на ней информации, рисунков, логотипов и др. В определенном смысле можно сказать, что визитка отражает некоторые национальные предпочтения, которые сложились в конкретной культуре. В частности, выбор цвета и элементов декоративного дизайна во многом базируется на их эмоциональном восприятии но-

сителями культуры.

В специфике оформления визитки можно увидеть также некоторые отраслевые тренды, которые специалист, работающий в данной сфере, сразу заметит. Речь идет, например, об индустрии кино или моды, различных направлениях маркетинга и дизайна, в которых сложился свой стиль и своя система требований ко всему спектру коммуникационных ресурсов, представляющих компанию.

4.1. Визитки в практике зарубежной работы

В специальной литературе можно найти целый ряд рекомендаций, которые важно учитывать при разработке собственной визитки. Ниже будут рассмотрены те из них, которые касаются текста и оформления визитной карточки.

а) Текст визитки

Следующий текст можно считать стандартным, он должен быть обязательно размещен на вашей визитной карточке:

ФИО

Должность

Название компании
или организации

Телефон(ы)/факс
(с межд. кодами)

Полный почтовый
адрес

Эл. адрес

Интернет-страница

Дополнительно можно упомянуть телефоны других филиалов, если вы там также работаете, и номер вашего домашнего телефона, если вы работаете из дома. Нередко на визитке даются ссылки на социальные сети, в которых также можно найти информацию о ее владельце.

Из практики международного делового этикета

Где имя, а где фамилия?

В целом ряде стран Латинской Америки к фамилии, кото-

рую ребенок при рождении получает от своего отца, нередко добавляется и фамилия матери, которую она носила до замужества. Например, если на визитке дана фамилия женщины Maria Gomez Sanchez, к ней следует обратиться Señорita Gomez, т. е. по фамилии отца. После замужества вместо фамилии матери добавляется фамилия мужа.

Совершенно иначе выглядит ситуация в португалоговорящих странах Латинской Америки. Например, в Бразилии после имени лица сначала указывается фамилия его матери и только затем отца, однако при обращении, тем не менее, следует использовать фамилию отца. Так, к человеку по фамилии Juan Valdez Mantilla следует обратиться Señор Mantilla. Если женщина выходит замуж, она также принимает фамилию мужа, которая заменяет фамилию ее матери. В сфере деловых отношений, однако, женщина нередко продолжает использовать фамилию отца.

Подобные сложности часто возникают и в азиатских странах. Как, например, нужно обратиться к китайскому предпринимателю, если на его визитке написано Zhang Guo Tao (часто второе и третье имена пишутся слитно Zhang Guotao)? В Китае фамилия означает родство на уровне большой семьи или клана и всегда стоит на первом месте, в данном случае Zhang. Среднее имя – Guo – может показывать положение человека в генеалогии семьи или присваиваться представителям одного поколения, наконец, последнее имя – Tao – дается родителями ребенку при его рождении.

В качестве примера можно привести семью Мао Цзе Дуна (в русском языке также возможно слитное написание второго и третьего имен – Мао), у которого было два брата – Мао Цзэ Минь и Мао Цзэ Тань, а также младшая сестра Мао Цзэ Хун. У каждого члена семьи в этом поколении средним именем является Цзэ. Дети Мао Цзэдуна от одной из его жен носят такие имена: Мао Аньин, Мао Аньцин и Мао Аньлун. В этом поколении семьи средним именем является Ань¹⁴.

Как видно из приведенного примера, одним из самых сложных может оказаться вопрос имени владельца визитной карточки, особенно, если вам нужно к нему (ней) обратиться.

Еще более сложным является такой элемент содержания визитки, как информация о ее владельце. Помимо должности, в целом ряде культур принято указывать различные почетные, профессиональные или академические титулы и звания. При этом следует учитывать, что, например, в сфере образования в каждом государстве веками складывалась своя система и, соответственно, свои образовательные традиции как в сфере довузовской, собственно вузовской, так и поствузовской подготовки. Так, например, уникальной и хорошо себя зарекомендовавшей является система професси-

¹⁴ Sabath A. M. International business etiquette: Latin America. Bloomington, iUniverse, Inc., 2012; Martin J. S., Chaney L. H. Global business etiquette: a guide to international communication and customs. 2nd ed. Santa-Barbara, Praeger: An Imprint of ABC-CLIO, LLC, 2012

онально-технического обучения, сложившаяся в Германии (Ausbildung). Аналогов этой системы в полном объеме сложно найти даже на европейском континенте, не говоря уже о других странах мира. В качестве другого примера можно привести поствузовское образование в России, в котором имеются два направления – аспирантура и докторантура, готовящие, соответственно, кандидатов и докторов наук.

В последние десятилетия в странах Европы, а также на постсоветском пространстве активно идет процесс унификации образовательных программ и стандартизации академических степеней. Это стало возможным благодаря Болонской конвенции, которая была подписана в конце прошлого века целым рядом стран и повлекла за собой огромные перемены как в организации обучения, так и в собственно учебном процессе. Именно поэтому стали повсеместно признаваемыми такие академические степени, как бакалавр и магистр. Однако на уровне ученых степеней подобной стандартизации не проводилось, поэтому российская степень доктора наук не может быть приравнена к широко распространенной в мире степени доктор философии (Ph.D., Doctor of Philosophy), которая в целом соответствует российской степени кандидата наук. Системы ученых степеней, а также различных профессиональных квалификаций могут иметь довольно существенные отличия в разных странах, особенно в связи с возросшими возможностями современной системы образования.

Из зарубежной деловой практики

Насколько сложным может быть пересечение культурных традиций в таком, лишь внешне простом, вопросе, как создание визитки, показывает пример вопроса, заданного Роберту Хики (Robert Hickey), американскому специалисту в области протокола:

Как должна выглядеть визитная карточка, если ее обладатель является гражданином Испании, при этом живет и работает в США? Он имеет Рыцарский титул Испании и Государства Ватикан, в прошлом служил в испанском флоте в ранге капитана и закончил ряд образовательных программ, сокращения которых выглядят следующим образом: JD, LL.M, MBA.

Совершенно очевидно, что в разных культурах эта информация может быть представлена по-разному.

Например, в Великобритании и Испании, а также в целом ряде азиатских стран статус человека, в частности, основанный на почетных и (или) унаследованных титулах, имеет большое значение, поэтому в этих культурах визитка, скорей всего, содержала бы всю эту информацию:

Captain Sir (Name), (Spanish Navy), Retired, JD, LL.M, MBA

(что означает: Captain – капитан, воинское звание; Sir – почетный титул (в данном случае Рыцарский титул Испании и Государства Ватикан), который свидетельствует о

том, что его обладатель является дворянином; Spanish Navy – Военно-морские силы Испании; Retired – в отставке; JD – Doctor of Jurisprudence (доктор права; степень присваивается по окончании трех-летнего курса профессионального обучения в высшем учебном заведении); LL.M – Master of Laws (магистр юриспруденции); MBA – Master of Business Administration (мастер делового администрирования).

В Соединенных Штатах Америки вопросы статуса не являются столь значимыми, поэтому информация на визитке может варьироваться в зависимости от того, с какой целью и в каких ситуациях эта визитка будет использоваться, поэтому можно предложить следующие варианты:

- **(Name), JD, MBA**
- **Captain (Name), (Spanish Navy), Retired**
- **Sir (Name)**

В первом случае содержательный акцент сделан на профессиональной сфере, в которой обладатель этой карточки мог бы работать, во втором – на военной карьере, третий вариант подчеркивает статус человека¹⁵.

Таким образом, если визитка предназначена для зарубежных партнеров, то применительно к конкретной культуре на ней должна быть указана не только ваша должность или положение в компании (организации), но и ваши титулы и звания, если вы ими располагаете. В целом ряде стран нередко

¹⁵ <http://www.formsafaddress.info/BusinessCards.html>

именно титул определяет значимость человека в компании и, соответственно, его уровень в ее иерархической структуре. Иногда может потребоваться несколько визитных карточек для разных стран или для разных ситуаций общения, о чем свидетельствует приведенный выше пример.

В завершении подчеркнем еще раз, что при создании текста визитки важно определить, во-первых, насколько важной в культуре вашего потенциального партнера является дополнительная информация о вас и, во-вторых, какой конкретно должна быть эта информация и каковы ее аналоги в другой стране.

При размещении данной информации на визитной карточке принято указывать:

1) перед фамилией лица, стоящего на визитке, – сокращения, обозначающие академическую степень (например, Dr, Prof в английском языке) или профессию (Arq. – архитектор или Ing. – инженер в испанском языке);

2) после фамилии лица – сокращения, обозначающие различного рода образовательные программы (например, M.Sc. (Psychology) – магистр в области психологии).

Если профессиональные или академические звания или титулы принято упоминать на визитках в очень многих культурах, то вежливые формы обращения, такие как Mr, Ms, Herr, Frau, Senor, Senora ни в коем случае не должны на них присутствовать. Нередко в практике бизнеса возникают трудности, связанные с тем, что некоторые имена могут быть

как мужскими, так и женскими, например, Robin или Leslie. Иногда имя является мужским в одной культуре и женским – в другой. Таким, например, является имя Nicola, которое является мужским в Италии (вспомните имя известного итальянского скульптора 13 века Nicola Pisano). Зная эту проблему, обладатели таких имен могут использовать на визитке соответствующую форму обращения – Mr или Ms, например, Ms Leslie Wright.

б) Оформление визитки

Стандартные размеры визитной карточки составляют 5 × 9 см (в западных источниках 3 1/2 × 2 дюйма¹⁶), однако в практике деловых отношений можно увидеть и гораздо бóльшие по размеру визитки. Для ее изготовления лучше выбрать белую или светлую бумагу хорошего качества. Не стоит использовать слишком много цветовых оттенков, они могут создать ощущение пестроты и дисгармонии. Цвета должны сочетаться и дополнять друг друга. В соответствии с рекомендациями западных специалистов по этикету для текста визитки следует выбрать только один, строгий черный или серый цвет. Подобный минимализм должен быть выдержан и при выборе шрифтов.

Одной из самых серьезных ошибок, связанных непосредственно с оформлением визитки, является ее информаци-

¹⁶ Klinkenberg, H. (1992) *At Ease... Professionally. An Etiquette Guide for the Business Arena*. Chicago: Bonus Books, Inc.

онная перегруженность. Не следует перечислять на ней все услуги или товары, предлагаемые вашей компанией, помещать фото вашей продукции или карту проезда к офису. Ваша фотография также будет выглядеть неуместно. Кроме того, не стоит излишне декорировать визитную карточку рисунками или даже вашим логотипом (особенно, если он объемный и занимает много места), все это будут только отвлекать внимание ее получателя от самой важной информации – о вас.

Отдельно следует обсудить вопрос, на каком языке должна быть выполнена визитка, если вы планируете развивать контакты за рубежом. В настоящее время, как уже упоминалось ранее, языком международного бизнеса (его *lingua franca*) является английский. Поэтому предприниматели и деловые люди, направляясь в разные регионы мира, как правило, стараются запастись визитками на английском языке. В этом, безусловно, есть определенный смысл, поскольку этот язык действительно наиболее часто используется как средство общения в бизнесе. Вместе с тем практика показывает, что визитка, выполненная на родном языке партнера, гораздо лучше им воспринимается. Именно поэтому специалисты в области международного делового этикета советуют – вопреки рекомендациям, которые можно найти в ряде российских источников! – продублировать на обратной стороне визитки тот же текст на родном языке партнера. Так, для контактов в странах Латинской Америки нужны будут

визитки с английским текстом на одной стороне и испанским (либо португальским) – на другой. Очень важным при этом является соответствие обоих текстов друг другу, что может быть обеспечено только за счет их точного профессионального перевода.

4.2. Процедура обмена визитными карточками

Эта процедура является частью приветствия партнеров, особенно во время их первой встречи, с которой, собственно, начинается процесс развития деловых отношений между ними. В целом ряде культур обмен визитками выглядит как своеобразный ритуал, в котором каждая сторона должна хорошо знать свои действия. Для этого ритуала важно и то, как вы передали визитку, и то, как вы ее приняли.

Разумеется, можно задать себе вопрос: «А что, собственно говоря, должно быть особенного в передаче визитки партнеру?» Оказывается, в некоторых культурах принято передавать ее, держа исключительно двумя руками, в других – можно передать и одной рукой, но ни в коем случае не левой.

Получив визитку от своего партнера, важно – особенно в восточных странах – проявить внимание к информации, указанной на визитке, и некоторое время подержать ее перед глазами, прежде чем положить перед собой на стол, если все стороны уже расселись за столом переговоров. Если же

вы беседуете стоя, воспользуйтесь визитницей или положите карточку в нагрудный карман пиджака. Ошибкой в любой культуре было бы, не посмотрев на визитку, сразу положить ее в задний карман брюк.

При передаче визитки зарубежному партнеру лицевой должна быть та часть визитки, которая выполнена на его родном языке. Соответственно, английский текст будет на обратной стороне карточки. Именно на этапе обмена визитками уместно переспросить партнера, если вы не расслышали его имя, или поинтересоваться, какой из его титулов/званий (если их несколько) следует использовать при обращении к нему.

Отдельно следует решить для себя вопрос, кому вы даете визитки. Представители разных культур решают его по-разному вплоть до того, что некоторые из них (в частности, австралийцы) вообще не имеют привычки иметь при себе визитки.

Ниже в разделе II «Путеводитель по странам Европы» вы найдете подробности процедуры обмена визитками, принятой в европейских странах.

5. Зрительный контакт во время общения

На одном из моих занятий в университете Нидеррайн в г. Мёнхенгладбах делали презентацию две студентки из Китая. Они приехали в Германию на семестр в рамках программы обмена студентами между вузами. Заключительной презентацией, которая оценивается и считается частью экзамена, на моих занятиях обычно предшествует интенсивная подготовка студентов, в ходе которой отрабатываются различные элементы этого жанра. Одним из этих элементов является поведение говорящего во время презентации и, прежде всего, язык жестов и зрительный контакт. Особо подчеркивается мысль о необходимости постоянно поддерживать с аудиторией зрительный контакт, не читая при этом текст с подготовленных карточек. Каково же было мое удивление, когда обе студентки (одна за другой) во время всей презентации стояли перед классом, опустив голову и не глядя на аудиторию. При этом никаких «шпаргалок» с текстом перед ними не было. Ни о каком зрительном контакте не было и речи! Впоследствии, когда я проводила с ними анализ их презентаций и спросила, почему их глаза были опущены, они ответили, что даже не заметили этого. Это было их естественное поведение.

5.1. Зрительный контакт: как у нас?

Данный пример наглядно демонстрирует, насколько сильными являются сложившиеся в той или иной культуре линии поведения в целом и отдельные манеры в частности. Зрительный контакт является важной частью невербального общения людей и имеет совершенно различные трактовки в разных национальных сообществах. Используемые при этом негласные правила, по которым оценивается зрительный контакт, касаются его длительности, направления и частоты. Так, например, зрительный контакт может быть длительным или коротким, при котором человек, взглянув на собеседника, быстро отводит глаза в сторону. Он также может быть прямым или избегающим, когда люди стараются не смотреть друг другу в глаза. Частота установлений контакта глазами предполагает определенный ритм пересечения взглядов собеседников.

В России принято поддерживать прямой зрительный контакт с собеседником. При этом он не должен быть слишком длительным и напряженным, поскольку в этом случае он несет некоторый дополнительный смысловой оттенок, например человек ждет ответа на поставленный ранее вопрос и взглядом «показывает», что ответ пока еще не прозвучал. Одновременно в российском обществе не принято слишком часто отводить взгляд в сторону, поскольку это может трак-

товаться другой стороной как желание скрыть или извратить информацию. Считается, что человек, поддерживающий прямой зрительный контакт, ведет себя искренне. Не следует разглядывать во время разговора других людей, без всякого умысла прерывая при этом контакт глазами с собеседником. Это может быть истолковано как невежливое поведение.

5.2. Зрительный контакт: а как у них?

Интересно, что в некоторых культурах зрительному контакту как неотъемлемой части человеческого общения в целом придается большая значимость, чем в других. Например, в американском обществе, на три четверти состоящем из выходцев из Европы, Латинской Америки, Ближнего Востока, важно поддерживать прямой зрительный контакт с собеседником. Вместе с тем долгий пристальный взгляд в упор воспринимается как неприятный, грубый и даже агрессивный, особенно если люди едва знакомы друг с другом. Прямой зрительный контакт длится нескольких секунд, после чего взгляд отводится в сторону.

В американской культуре подобный зрительный контакт между собеседниками означает, что они внимательно слушают друг друга, серьезно воспринимая передаваемую информацию. Если же собеседники избегают прямого зрительного контакта, это говорит не только об их неуважительном и

невнимательном отношении друг к другу, но и том, что они чувствуют себя некомфортно и неуверенно. Уход от прямого зрительного контакта с партнером по общению несет в себе оттенок пренебрежительного отношения к нему, показывая, что другой человек не является заслуживающим той или иной степени признания.

В рамках одного и того же региона могут наблюдаться отличия в практике зрительного контакта. Так, в одной из американских субкультур, в среде афро-американцев, принято смотреть в глаза собеседнику во время говорения и отводить взгляд в сторону во время слушания.

В отличие от американской культуры в азиатских странах прямой зрительный контакт не приветствуется. Например, в Японии и Китае взгляд каждого собеседника во время беседы устремлен на лицо другого человека, приблизительно на уровне подбородка или чуть ниже. В этих национальных сообществах считается грубым смотреть человеку прямо в глаза во время общения, напротив, проявлением уважения является избегание прямого зрительного контакта.

В некоторых странах зрительный контакт ассоциируется с тем статусом, который имеет человек в компании или в обществе в целом. В ряде латиноамериканских стран принято избегать прямого зрительного контакта в разговоре с начальником или с человеком, занимающим более высокое положение.

Отдельного упоминания заслуживает поддержание пря-

мого зрительного контакта в разговоре, где одним из собеседников является женщина. Если в европейском и американском регионах (как в северном, так и в южном полушариях) особых отличий не имеется, то в ряде азиатских и ближневосточных стран сложились свои традиции, которые нужно иметь в виду, планируя общение с представителями этих культур.

Американская журналистка Барбара Уолтерс во время интервью с Муамаром Каддафи не могла понять, почему он не смотрит ей прямо в глаза, отвечая на ее вопросы. Позднее она выяснила, что мужчины на Ближнем Востоке избегают прямого зрительного контакта в беседе с женщиной, тем самым демонстрируя ей свое уважение¹⁷.

¹⁷ Martin J. S., Chaney L. H. Global business etiquette: a guide to international communication and customs. 2nd ed. Santa-Barbara, Praeger: An Imprint of ABC-CLIO, LLC, 2012. P. 53.

6. Small talk, или светская беседа

Светская беседа является неотъемлемой частью делового и социального общения, выполняющей целый ряд очень важных функций. Этот речевой жанр начал формироваться в эпоху Просвещения, т. е. на протяжении XVII–XVIII вв., в королевских дворах ведущих европейских государств, прежде всего во Франции, затем в Великобритании, где приобрел небывалый расцвет в эпоху царствования Королевы Виктории. Впоследствии этот жанр распространился практически по всему миру и в настоящее время присутствует в практике деловой коммуникации как один из ее компонентов (в значительной степени ритуального характера).

В Россию этот жанр, как и многие другие европейские привычки, был «привезен» Петром Первым и закрепился не только в столичном дворе, но и среди знати поместного дворянства провинции. В Российской империи светская беседа была необычайно распространена на балах, приемах и различных раутах вплоть до Октябрьской революции 1917 г., после чего на долгие годы вышла из употребления, как и многие другие атрибуты буржуазной жизни. В первые годы советской власти жанр светской беседы утратил свою значимость, начав свое постепенное возрождение в 60–70-е гг. прошлого века.

6.1. В каких ситуациях нужна светская беседа?

Интересно, что некоторые словари определяют светскую беседу как неформальный дружеский разговор на темы, не являющиеся важными для собеседников¹⁸.

При этом значимость светской беседы, несмотря на поверхностность и кажущуюся легкость обсуждаемых тем, нельзя недооценивать, хотя бы в силу важности для бизнеса тех ситуаций, в которых она имеет место, например:

- во время первичного знакомства с потенциальным партнером;
- перед началом, а нередко и по завершении деловых переговоров;
- во время кофе-пауз на таких мероприятиях, как конференции, симпозиумы, деловые встречи, тренинговые сессии, семинары и др.;
- в процессе общения с возможными клиентами и партнерами в ходе работы выставки или ярмарки;
- во время обеда или ужина с потенциальными или реальными партнерами, клиентами, заказчиками и др. (исключение составляют деловые завтраки или ланчи, которые организуются сторонами специально для обсуждения рабочих вопросов);

¹⁸ Например, Macmillan Dictionary и Cambridge Dictionary.

– на приемах и разного рода раутах, проводимых как компаниями, так и государственными или общественными организациями.

В этой связи можно сказать, что важнейшей функцией светской беседы является установление отношений с другой стороной – в ситуациях первичного знакомства и поддержание этих отношений – в ситуациях уже имеющегося, сложившегося ранее контакта. Кроме того, существенной является роль светской беседы при соблюдении того или иного ритуала, принятого в обществе для конкретных ситуаций. К таким ритуалам можно, например, отнести *small talk* перед началом переговоров, что в разных культурах происходит по-разному. Нередко светская беседа служит в качестве заполнителя пауз, возникших в ходе делового общения между сторонами.

В ходе светской беседы каждая из сторон пытается как бы «примерить» на себя возможные будущие отношения с собеседником, производя своего рода оценку его речевого поведения, включая манеру говорить, слушать, шутить, жестикулировать и др. Если уже на этом начальном этапе знакомства у одной из сторон возникает чувство напряженности или настороженности, второй встречи с данным потенциальным партнером, вероятнее всего, не будет. Светская беседа позволяет без риска потери лица не продолжать контакт, изначально не внушающий доверия.

На страницах печатных изданий и в Интернете можно встретить огромное количество различных рекомендаций,

направленных на то, чтобы помочь читателю правильно организовать свое общение во время светской беседы. Одновременно многие авторы утверждают, что ведение такой беседы – это искусство, которое – как это и должно быть в искусстве – предполагает некую креативную спонтанность, скорее, отход от правил, нежели их строгое соблюдение.

Проводя тренинги и практические занятия во взрослой аудитории, я нередко спрашивала своих слушателей об их ощущениях на различных мероприятиях, когда им приходилось вести «беседу ни о чем» с другими участниками. Реакции всегда оказывались диаметрально противоположными. Кому-то это давалось легко и без усилий, для других же это был тяжелый труд, связанный с преодолением себя, неуверенностью в правильности своих действий, скованностью своего тела, а также целым рядом других неприятных ощущений.

6.2. Как начать светскую беседу?

Для многих главная трудность small talk *заключается в необходимости проявить инициативу и самому подойти к незнакомому человеку, представиться и начать с ним беседу.* Такая ситуация может возникнуть на конференции или семинаре, когда участникам, не знакомым друг с другом, предоставляется возможность неформального общения

во время перерывов. И если на отечественных мероприятиях подобное общение проходит в целом естественно, то на зарубежных форумах трудностей возникает гораздо больше. Они могут быть вызваны, в частности, необходимостью общаться на иностранном языке, которым в таких ситуациях надо владеть довольно свободно. Один лишь этот фактор, особенно если человек не уверен в своих знаниях, оказывает на него парализующее действие и, таким образом, способствует созданию определенного дискомфорта и напряженности в ходе коммуникации. Однако нередко даже при наличии хороших разговорных навыков на иностранном языке человек не может вступить в легкий и непринужденный разговор с иностранным участником, поскольку не знает а) как это сделать и б) какой может быть реакция собеседника (в смысле, готовы ли и хочет ли этот человек с ним общаться).

Проявление инициативы в светском общении на каком-либо мероприятии у многих людей начинается с преодоления себя, поскольку им сложно побороть внутреннее чувство неловкости и неуверенности, которое их сопровождает в таких ситуациях. Рекомендации могут быть следующими.

1. Начинайте со специфики мероприятия, в котором планируете участвовать. Форматы светского общения существенно отличаются друг от друга как перечнем приемлемых тем, так и временем, отводимым на светскую беседу. Различной является также степень формальности в общении, тон которой также задается самим мероприятием. Так, на кон-

ференции он может быть более, а на семинаре – менее строгим. Многое зависит от количества участников, их статуса, а также созданных организаторами условий для более тесного знакомства, обмена мнениями и неформального общения.

2. Насколько это возможно, продумайте заранее, с кем вы могли бы и хотели бы пообщаться. На все крупные мероприятия, в том числе конференции, симпозиумы и др., всегда рассылается список участников. Встречи в более узком формате – семинары, тренинги, рабочие группы – обычно включают элементы самопредставления и обсуждения, и поэтому уже к первому перерыву у вас могут сложиться определенные предпочтения в плане будущих собеседников.

3. Подготовьте несколько тем для разговора, в которых вы чувствуете себя комфортно (некоторые темы будут предложены ниже). Подумайте, как вы могли бы развить каждую из них, какие вопросы были бы уместными.

4. Обязательно делайте «разбор полетов» после мероприятия, проанализируйте, что конкретно вам удалось, какие темы хорошо «работают», а какие – нет, и на что вам следует обратить внимание в дальнейшем.

6.3. Как правильно выбрать тему светской беседы?

Другой несомненной трудностью светской беседы является *выбор темы, которая могла бы быть интересной для*

партнера по коммуникации. Авторы целого ряда публикаций, да и многие предприниматели утверждают, что есть определенный набор тем, который можно считать приемлемым для любой ситуации. К ним относятся погода, музыка, спорт, литература, достопримечательности и некоторые другие. О погоде любят говорить в Великобритании, Австралии, Новой Зеландии и Китае. Литературу и искусство с удовольствием обсуждают, например, в странах Южной Америки (в Аргентине, Чили, Венесуэле и Бразилии) или Европы (во Франции и Италии). К этому перечню тем можно добавить политику (популярная тема в Австралии и Франции), а также все, что связано с едой, – рестораны, блюда национальной кухни, гастрономия в целом (излюбленная тема для разговора во Франции и Италии).

Несколько слов о погоде

Отработка навыков ведения светской беседы включена в некоторые мои курсы. В ходе работы я много раз давала студентам и слушателям задание провести друг с другом светскую беседу, темой которой является погода. В среднем время, которое они затрачивали, обсуждая именно погоду, составляло 35–40 с, т. е. на это не уходило даже минуты разговора.

Практика показывает, что с обсуждения погоды, безусловно, может начаться светский разговор, однако, во-первых, в

некоторых ситуациях (например, во время кофе-паузы на семинаре, когда участники были включены в интересные профессиональные дискуссии) это может выглядеть странным, а во-вторых, в целом ряде культур погода не рассматривается как тема для разговора. Даже англичане, известные своей приверженностью этой теме, уверяют, что обсуждают погоду далеко не так часто, как может показаться со стороны¹⁹.

Такие темы, как музыка, спорт и литература, могут представлять несомненный интерес для собеседников, но только при условии, что их вкусовые предпочтения совпадают. В каждом из этих миров существует огромное количество направлений, видов, жанров, своих героев и ярчайших представителей. Любителям большого тенниса, возможно, будет нелегко разговаривать на тему биатлона или других видов спорта. В музыке поклонники классики вряд ли захотят обсуждать такие современные направления, как рэп или диско. Что касается литературы, то эта область вообще представляется довольно сложной в качестве темы светской беседы, поскольку каждая культура все-таки живет своими собственными авторами и вдохновляется своими героями, которые могут быть неизвестными за пределами этой культуры, ведь произведения, особенно современных, писателей далеко не всегда переводятся на другие языки.

¹⁹ Fox K. Watching the English. The hidden rules of English behaviour. London: Hodder and Stoughton Ltd., 2004.

Одна из моих слушательниц из Египта во время презентации родной для нее культуры подчеркнула, что предпочтительными в египетской аудитории были бы следующие темы: спорт (в частности, футбол, конный спорт, теннис), история и туристические достопримечательности.

В приведенном примере моя слушательница из Египта имела в виду историю своей, а не какой-либо другой страны. Очевидно, что для того, чтобы поддержать разговор на такую тему, надо быть к нему подготовленным.

В этой связи важно подчеркнуть следующее: утверждениям экспертов в области международного делового этикета, безусловно, следует доверять, однако важно помнить, что в их рекомендациях речь идет о конкретных предпочтениях той или иной культуры, т. е. то, о чем люди любят говорить в своей местности и в своей среде. Начиная развивать контакты с компанией из той или иной страны, важно познакомиться хотя бы с некоторыми элементами ее культуры. Это может способствовать созданию более тесных и доверительных отношений с партнером.

А как быть, если вашей задачей является поиск потенциальных партнеров, например, в рамках мероприятий выставки или ярмарки, установление отношений с организациями или специалистами во время конференции или просто выстраивание своей сети контактов на каком-либо светском рауте? Во всех этих ситуациях вас будут окружать предста-

вители разных культур, говорящих, вероятнее всего, на английском языке. Беседу в таких случаях легче всего выстраивать вокруг собственно темы мероприятия или места, в котором оно проводится. Под последним имеется в виду как непосредственно помещение (например, университет, бизнес-центр, компания и др.), так и город, район города, регион или страна, в котором оно находится.

На двух последних международных конференциях в Португалии и Испании, в которых я принимала участие, тема университетского кампуса неизменно присутствовала в моих беседах с другими участниками. Она оказалась очень естественной и служила, как правило, отправной точкой для дальнейшего разговора.

Даже являясь гостем какой-либо небольшой компании, располагающей совсем небольшим помещением, можно, тем менее, построить беседу вокруг предметов, которые вы видите вокруг себя, будь то картины или фотографии на стенах, модели, панно, статуэтки, даже слоганы на развешанных плакатах. Проявляя интерес к подобным предметам, вы тем самым демонстрируете свое внимание принимающей стороне, а также начинаете разговор на близкую партнеру, а главное, безопасную тему.

Очень часто в центре внимания говорящих оказывается тема, являющаяся важнейшей новостью дня и в той или иной

степени волнующая или затрагивающая многих людей.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.