

## ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОГО И РУССКОГО ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

Я.Е. Беспалов, студент

А.А. Маланин, студент

Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина  
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-5-4-58-62

**Аннотация.** Статья посвящена актуальной теме – важность знания делового этикета и умение его использовать. В статье рассматриваются правила делового этикета. Определяется необходимость ее изучения для ведения современных деловых переговоров. Также автором была упомянута модель Ричарда Льюиса, благодаря которой все этики разных стран и народов могут быть распределены на группы с схожими правилами общения и стиля. Тем самым подчеркивает разнообразие норм делового общения, на примере китайских и русский этик.

**Ключевые слова:** этикет, деловой этикет, этика, общение, правила внешнего вида, правила этикета.

«Правдивый человек, не могущий или не желающий быть вежливым, не должен удивляться, если общество не принимает его правды», – М. Фриш. Прошло три века, а потребность правил поведения в обществе и искусное владение ими осталась актуальной. Регулярное обсуждение вопросов, связанных с управлением организации, с организацией жизни трудового коллектива, с реализацией служебных и должностных обязанностей, оформлением и заключением разнообразных видов сделок, документов, договоров – это есть неотъемлемая часть делового общения в жизни человека. Безусловно, правила поведения подвергались изменениям вместе с активно развивающимся обществом, приобретая территориальные и профессиональные особенности. Умение мастерски владеть грамотным деловым общением во многом определяет результат деятельности.

Ранее такого определения как деловое общение не существовало, были некоторые определенные термины, которые подразумевали деловое общение, такие как «этика» и «общение». Еще до нашей эры философы пытались понять и раскрыть истину данных понятий [7].

Этические стороны философии с самого возникновения затрагивали проблемы природы, общества и взаимосвязи между индивидуумами. Автор этического идеа-

лизма Сократ понимал общение как беседу, диалог, в следствии которого люди находили истину. «Заговори, чтобы я тебя увидел», – говорил Сократ. Его последователи Платон, Аристотель считали общение благом, благодаря которому человек познает себя и окружающих его людей, истину. Аристотель в работе «Никомахова этика» утверждал: «...существует известная пристойность в общении: что и как следует говорить и соответственно выслушивать» [1].

Спустя время в международный обиход вошел такой термин как «этикет», когда гостям Людовика XIV в XVII веке вручались карточки «этикетки» с правилами поведения при дворе. Этикет стал неотъемлемой частью жизни аристократов [2].

Этикет как своего рода устав правил общения между людьми, их поведения в обществе складывался исторически, сохраняя традиции и обычаи прародителей различных народов. У каждого народа этика отличается от других, но и есть общие сходства, например, жесты приветствия и прощания, способы выражения благодарности или неодобрения, гостеприимство, обмен дарами. У каждого народа своя философия жизни, этики и проповедования.

Так например «открытое окно в Европу» Петром I не только отразилось на политике и экономике России, но и на этиче-

ской стороне империи. Эпоха Петра I перевернула жизненный уклад русского народа. Его стремление к великому грамотному обществу имели обязательный характер. «Наш народ, яко дети, неучения ради, которые никогда за азбуку не примутся», – утверждал Петр I. По его указу была переведена и издана книга «Юности честное зерцало, или показ к житейскому обхождению, собранное от разных авторов», которая была предназначена для обязательного прочтения молодыми дворянами. Книга проповедовала правила, как держать себя в обществе, чтобы иметь успех при дворе и в свете, что для Петра было главным [2].

Основные морали этики император позаимствовал у западных стран, но и наши русские философы того времени внесли свою лепту в фундамент делового общения. Ломоносов, Радищев, Чернышевский и многие другие считали, что главное – это большой словарный запас и грамотная речь, которые в свою очередь презентуют человека как индивидуума высшего чина. «Ничто для нас столь обыкновенно, ничто столь просто кажется, как речь наша, но в самом существе ничто столь удивительно есть, столь чудесно, как наша речь», – А.Н. Радищев. Материалистические учения революционных демократов сводились к развитию личности и его социального благополучия, в том числе и взаимосвязи с обществом. В письме Белинского к Боткину в 1841 году, он писал, что «судьба субъекта, индивидуума, личности важнее судеб всего мира». Но все его рассуждения о важности индивидуума и его благополучия были направлены на достижение его свободы за счет социальных преобразований. Он утверждал, что эти изменения возможны только взаимосвязи с обществом, «основанном на правде и доблести» [9].

Риторика и диалектика вот, что проповедуют философы при правлении Петра I. Спустя три столетия фундамент на котором строился деловой этикет преобразился. По-прежнему грамотная речь и манеры одни из инструментов делового общения между людьми, но стоит упомянуть в современном мире это не единственное, че-

му следует уделять внимание. Правила поведения на балах и светских приемах это далеко уже не деловой этикет. В настоящее время деловой этикет включает в себя правила внешнего вида и правила делового общения.

«Как легко мы судим о людях, чья одежда нам не по вкусу», – Энн Райс. Именно по данным причинам правила внешнего вида включают в себя: одежду, аксессуары, обувь, для женщин еще макияж и маникюр. Как для мужчин, так и для женщин очень важно быть в деловом костюме однотонных не ярких цветов, идеально, когда сшитый на заказ. Аксессуары мужчин – часы, запонки, у девушек же более широкий выбор – цепочки, серьги и кольца, но не более двух предметов одновременно. Обувь делового стиля, чистые и опрятные. Макияж девушки также как и маникюр – светлых пастельных оттенков. Лицо мужчины тоже опрятное, гладко выбрито или же аккуратные усы или борода. Дресс-код необходимо соблюдать настолько строго, насколько серьезен уровень деловой встречи и ответственность за её результаты [8].

Правила делового общения включают в себя: позы, мимика и жесты. Особое внимание уделяют: положение головы, осанка, нахождение рук и жесты при разговоре, публичном выступлении, положение ног и стоп, плавность и уверенность движений. Все это и многое другое залог хорошего результата на встречи [8]. Как многие могли слышать в фильме «Тот самый Мюнхгаузен»: «Я понял, в чем ваша беда. – Вы слишком серьезны. Все глупости на Земле совершались именно с этим выражением лица... Улыбайтесь, господа... Улыбайтесь».

Соблюдение данных правил дает преимущество тому или иному сотруднику перед коллегой, инвестором, руководителем своей или партнерской компании. Преимущество не только, чтобы произвести приятное впечатление и не ударить в грязь лицом перед партнерами и коллегами, а также для общего образования и для того, чтобы подавать пример другим, в том числе и подчиненным.

На сегодняшний день в сфере деловых отношений предприниматели делятся на два типа.

Первый тип, предприниматели, что относятся к прагматикам, считающим, что в деловом общении этика не требуется или же как говорил В.Г. Белинский: «Будь все тихо и чинно, будь везде комплименты и вежливости, тогда какой простор для бесовестности, шарлатанства, невежества: некому обличить, некому изречь грозное слово!», следовательно использовать этику в красноречие с целью собственной выгоды. Основная обязанность управляющего лишь приумножить прибыль всевозможными способами, приспособившись к нормам общества.

Второй тип, предприниматель, считающий соблюдение делового этикета не только с позиции обязательства перед обществом, но и перед самим собой, также необходимым для продуктивности производства. В данном типе управляющий компании рассматривает этику как один из эффективных инструментов, который способствует увеличению рентабельности благодаря укреплению деловых связей.

Такой подход считается более эффективным и на сегодняшний день закрепляется стратегией конфуцианского делового этикета. Мысли великого китайского философа Конфуция об этических нормах общения оказывают значительную поддержку для установления эффективного взаимодействия между партнерами и помогает миновать ошибок в деловом общении [4]. Конфуций писал: «На самом деле, разве может потерять актуальность тот «путь золотой середины», – путь компромисса, который проповедовал учитель Кун, утверждая необходимость «Держать два конца, но использовать середину»? [3] Компромисс – лучший путь деловых отношений, в России, как и во многих других странах пользуется популярностью в ведении деловых встреч. Но несмотря на столь актуальную этику китайцев, которую используют и в русском деловом этикете, их фундамент строится в отличии от нашего не на богатой грамотной речи, а на то, как они выглядят. Основа этикета китайцев – правила внешнего вида. Китаец

может работать в офисе, носить деловой костюм и иметь ученые степени, но он будет все равно общаться в так, как его научила мать.

Сколько бы не было разных взглядов и правил делового этикета, цель его преследует одна – это укрепить и улучшить деловые отношения, найти партнеров и союзников для эффективного производства. В настоящее время методика и правила делового общения изучаются не только философией и этикой, но и многими другими науками, такими как социология, психология, лингвистика, теория управления и коммуникации.

На сегодняшний день существует множество подходов к изучению национальной деловой культуры. Наибольшую популярность среди разных методик обрели три наиболее интересные классификации: модель Р. Льюиса, модель Ф. Тромпенаарса и модель Г. Хофстида [5].

Для сравнения возьмем деловую культуру русского предпринимательства и китайского, лучшим методом для этого будет модель Ричарда Льюиса. Р. Льюис – прославленный во всем мире лингвист, специалист в области международных исследований культуры. В своем методе он не только сравнивает особенности культуры многочисленных наций, но и особенности их темперамента, менталитета и отношения между людьми. На основе проведенного анализа он выделил свою классификацию культур: моноактивные, полиактивные и реактивные культуры [5].

Главной особенностью моноактивных людей – это ориентированность на выполнение задач. Они сдержанны, немногословны и предпочитают факты, логику и пунктуальность.

Полиактивные же люди больше ориентированы на людей. Они общительны и слабы на язык. Способные заниматься несколькими делами сразу, одновременно получая информацию из вне. Эмоциональные и гибкие к критике. К данной категории Р. Льюис относит российских предпринимателей. Люди России подвижные, общительные, многозадачные, планируют дела от высшей значимости до низшей. Главное значение для русского народа яв-

ляется задачи, поставленные на удовлетворение человеческих потребностей, выполнение нескольких заданий одновременно, а также свободное отношение ко времени. Русский человек самостоятелен и свободен в своих действиях, он эмоционален, подавляющее большинство являются экстраверты. Свойственно русским неформальное общение, стремление к дружеским отношениям, красноречие и умение убеждать, даже в самых сложных ситуациях [12].

Реактивные, зачастую являются интровертами, для которых важную роль играет уважение. При планировании ориентируются на общую картину, к детальному же планированию, предпочитают обращаться при реагировании на действия партнеров. Люди услужливые, терпеливые, сдержанные в эмоциях. Ни при каких обстоятельствах не пойдут на конфликт, чтобы не «потерять лицо». Их сильная сторона – дипломатия. В отличие от России деловая культура Китая - реактивная культура, поскольку они также достаточно самостоятельны, но они придерживаются духу коллективизма, а значит перед предстоящим выбором они могут многочисленные разы посоветоваться и лишь потом принять решение. Китайцы как правило не проявляют своих эмоций и увиливают от прямого ответа. Переговоры ведутся неспеша, главным отличием от остальных является особый способ общения на переговорах «монолог – пауза – размышления – монолог». Данная схема не только часть национальной культуры, но и уловка, благодаря которой китайцы приобретают больше выгоды от сделки, на фоне усталости партнера от долгих переговоров. Главное значение для китайского народа – это понятие «лица». Конфуцианское воспитание гласит: «Человек «потерявший лицо», будет возвращать его в течении сорока лет, в той же общине или же на том же рабочем месте». Кроме того, если правильно трактовать

китайскую культуру, у человека не одно «лицо», при той или иной ситуации, беседы с тем или иным человеком, он имеет разные «лица» [11].

Так или иначе данный анализ современных этических культур в деловой сфере показал, что разница в отношении многих элементов деловой деятельности непременно присутствует. Следовательно, можно заранее предугадать какие проблемы межкультурной коммуникации не допустить в результате переговоров [6]. Так, например китайцы невыносимо пунктуальный народ, который не терпит опозданий и вовремя сделанной работы, а это является серьезной проблемой для русских, культуры, которая как правило, наоборот, является не столь пунктуальной. Ситуаций, в результате которых могут быть подорваны хорошие взаимоотношения, авторитет, достаточно много и не только между двумя представленными культурами. Поэтому для успешных переговоров и положительного результата в следствии, всегда необходимо учитывать особенности и характеристики той или иной деловой культуры, с которой мы напрямую имеем взаимоотношения.

Деловая культура является саморазвивающимся механизмом, как и культура в целом, но нельзя отрицать тот факт, что в какой-то степени на него влияют и внешние факторы, и ограничения. Проанализировав современную ситуацию в культуре, следует выдвинуть вердикт о том, что уровень внешних ограничений и факторов, влияющих на нее, все больше сокращается, что определяет огромные перспективы ее развития. При этом следует отметить быстрое развитие информационных коммуникаций, благодаря которым преобразования культуры будут происходить в следствии обратной связи между личностями, трактующими правильность тех или иных аспектов делового общения, и аудиторией, выводя культуру на новый уровень [10].

**Библиографический список**

1. Аристотель. Сочинения в 4 т. – М.: Мысль, 1983. Т. 4. С. 141.
2. Истоки делового этикета. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studopedia.ru/7\\_104819\\_istoki-delovogo-etiketa.html](https://studopedia.ru/7_104819_istoki-delovogo-etiketa.html)
3. Особенности конфуцианского делового этикета. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://buddha.by/osobennosti-konfutsianskogo-delovogo-etiketa>
4. Современные взгляды на этику делового общения. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studwood.net/536816/etika\\_i\\_estetika/sovremennye\\_vzglyady\\_etiku\\_delovogo\\_obscheniya](https://studwood.net/536816/etika_i_estetika/sovremennye_vzglyady_etiku_delovogo_obscheniya)
5. Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру: учеб. пособие // Гос. ун-т управления; Нац. фонд подготовки фин. и управленческих кадров. – М.: ОАО «Типография «Новости»», 2000.
6. Межкультурная коммуникация // Энциклопедия Экономиста. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/mezhkulturnayakommunikaciya.html>
7. Этика и культура делового общения и деловых отношений // Studme.org. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studme.org/41171/etika\\_i\\_estetika/etika\\_kultura\\_delovogo\\_obscheniya\\_delovyh\\_otnosheniya](https://studme.org/41171/etika_i_estetika/etika_kultura_delovogo_obscheniya_delovyh_otnosheniya)
8. Что такое деловой этикет и зачем он нужен. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-delovoj-etiket-i-zachem-on-nuzhen/>
9. Еникеев А.А. Философская антропология (социально-гуманитарный аспект): учебное пособие. – Нижний Тагил: НТГСПА, 2009. – 96 с.
10. Яковлева Е.В. Культурные детерминанты творческой деятельности: проблема свободы и определенности / Е.В. Яковлева, Н.В. Исакова // Наследие веков. – 2020. – №4 – С. 46-52. DOI: 10.36343/SB.2020.24.4.004
11. Еникеев А.А. Массовая культура современности: утраченная ценность приватного // Современные СМИ как отражение аксиологических ориентиров общества. Материалы Международной научно-практической конференции. / Отв. ред. О.Е. Павловская. – Краснодар: Издательский дом «Юг», 2018. – С. 99-101.
12. Яковлева Е. В. К вопросу о важности развития гуманитарной сферы в условиях современного технологического прогресса // Вестник ГГНТУ. Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2020. – Т. 16. № 3 (21). – С. 33-36.

**FEATURES OF CHINESE AND RUSSIAN BUSINESS ETIQUETTE**

**Ya. E. Bepalov**, *Student*

**A.A. Malanin**, *Student*

**Kuban State Agricultural University named after I.T. Trubilin**  
(Russia, Krasnodar)

***Abstract.** The article is devoted to an urgent topic – the importance of knowledge of business etiquette and the ability to use it. The article discusses the rules of business etiquette. The necessity of its study for conducting modern business negotiations is determined. The author also mentioned the Richard Lewis model, thanks to which all ethics of different countries and peoples can be divided into groups with similar rules of communication and style. Thus, it emphasizes the diversity of business communication norms, using the example of Chinese and Russian etiquette.*

***Keywords:** etiquette, business etiquette, ethics, communication, rules of appearance, rules of etiquette.*