

ЛУЧШАЯ КНИГА В ОБЛАСТИ
ПРОТОКОЛА,
ИМИДЖА И ЭТИКЕТА
(FEPS 2017)

ВНЕСЕНА В КАТАЛОГ БИБЛИОТЕКИ
ЖЕНЕВСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ
ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЕННЫХ
НАЦИЙ (BUSINESS MANNERS 2018)

ОЛЬГА ШЕВЕЛЕВА

МАНЕРЫ ДЛЯ КАРЬЕРЫ



СОВРЕМЕННЫЙ
ДЕЛОВОЙ ПРОТОКОЛ
И ЭТИКЕТ

ОБНОВЛЕННОЕ ИЗДАНИЕ



Ольга Владимировна Шевелева
Манеры для карьеры.
Современный деловой
протокол и этикет
Серия «KRASOTA. Этикет XXI века»

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48377101

Манеры для карьеры. Современный деловой протокол и этикет: Эксмо;

М.; 2022

ISBN 978-5-04-164389-8

Аннотация

Менеджерам, политикам, спортсменам, ученым и блогерам – сегодня умение вести деловую коммуникацию необходимо каждому. Ведь неправильное приветствие, ошибка в выборе одежды или подарка могут стоить вам выгодного контракта и поддержки важных для вас партнеров. Как этого избежать? Эксперт по деловому протоколу и этикету Ольга Шевелева собрала воедино уникальный материал, основанный на личном опыте и знаниях, накопленных за 27-летний стаж работы. Ее книга – это настоящий бизнес-учебник, который содержит практические советы и основные рекомендации, полезные как для начинающих, так и для опытных участников процесса

делового общения. Прочитав ее, вы приобретете полезные навыки, которые сможете сразу же применить в своей ежедневной практике: приветствовать других людей и представлять их друг другу, обмениваться контактами, правильно держаться при личной беседе и во время телефонного разговора, успешно проводить деловые встречи, одеваться соответственно месту, времени и ситуации, уверенно чувствовать себя во время официальных мероприятий и многое другое. Некоторые правила проиллюстрированы примерами из реальной жизни – фрагментами интервью руководителей различных компаний, а также историями из коллекции автора.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Отзывы о книге	11
Об авторе	16
Введение	19
Глава 1. Коммуникации для профессионального успеха	23
Поведение в типичных ситуациях делового общения	23
Правила приветствия, представления, обращения и прощания	23
Правила обмена рукопожатиями	31
Правила поведения на совещании, в автомобиле, в лифте, у двери	34
Виды визитных карточек, правила их оформления и использования	44
Виды визитных карточек	45
Рекомендации по оформлению персональной деловой визитной карточки	46
Надписи на визитных карточках	51
Правила хранения визитных карточек	53
Правила обмена визитными карточками	54
Подготовка и проведение публичного выступления	58
Основные составляющие риторики	58

Этапы публичного выступления	60
Общение по телефону	73
Принципы телефонного общения и основные части телефонного контакта	74
Основные правила телефонного этикета	75
Правила эффективного разговора по телефону	84
Общение в мессенджерах	88
Невербальные коммуникации	90
Показатели состояния партнера	90
Основные жесты и позы, отражающие внутреннее состояние собеседников	93
Группа жестов, свидетельствующих о неискренности	95
Повторение жестов	96
Жесты и действия, которых следует избегать	98
Мимика и визуальный контакт	100
Перемещения и дистанция между партнерами	103
Критика и комплименты	106
Темы-табу и нейтральные темы для неформального общения	111
Организация угощения во время деловых встреч	115
Виды угощения и сервировка стола	115

Правила поведения за столом	118
Подарки и поздравления в деловом общении	120
Правила выбора, вручения и приема подарков	121
Отказ от подарка	134
Поздравительные открытки	136
Глава 2. Имидж делового человека	141
Внешний вид и первое впечатление	141
Составляющие имиджа	142
Места повышенного внимания окружающих	144
Деловой стиль в одежде	151
Основные требования к деловому костюму	152
Рекомендации и недопустимые ошибки	154
Элементы делового костюма мужчин и женщин	160
Мужской деловой костюм	161
Мужская сорочка	174
Женский деловой костюм	189
Платье-костюм	194
Блузки, топы, твинсеты	195
Юбки	198
Брюки	199
Аксессуары	201
Парфюмерия	241
Основные вокальные характеристики речи	246

Глава 3. Организация различных деловых мероприятий и правила поведения на них	251
Организационные и протокольные аспекты подготовки и проведения деловых бесед и переговоров	251
Подготовка плана переговоров	252
Место проведения	253
Время проведения	256
Список участников	258
Подготовка повестки дня	259
Подготовка программы пребывания	260
Подготовка помещения	263
Встреча и размещение участников	270
Приемы без рассадки за столом	274
Виды приемов	274
Приглашение на прием и ответ на приглашение	278
Подготовка помещения для проведения приемов	284
Правила поведения на приемах	285
Одежда для приемов	295
Деловой обед	311
Общие правила подготовки и проведения делового обеда	313
Особенности делового обеда	317
Правила поведения во время делового	321

обеда	
Глава 4. Национальные особенности делового общения	351
Культурные различия участников международных переговоров	351
Национальные стили ведения переговоров	357
Великобритания	357
Германия	368
Италия	378
Франция	384
Испания	397
Швеция	405
Норвегия	411
Дания	415
Финляндия	422
США	428
Страны Ближнего Востока и Северной Африки	440
Япония	451
Китай	467
Южная Корея	477
Индия	484
Заключение	491
Приложения	493
Приложение № 1. Упражнения для тренировки речевого дыхания, голоса,	493

улучшения артикуляции и дикции	
Приложение № 2. Речевая гимнастика	497
Приложение № 3. Столовая посуда, столовые приборы, салфетки, украшение стола	498
Приложение № 4. Последовательность подачи блюд во время делового обеда	503
Приложение № 5. Как есть различные блюда	505
Приложение № 6. Безалкогольные напитки	526
Приложение № 7. Алкогольные напитки	536
Приложение № 8. Варианты складывания платочка в нагрудном кармане мужского пиджака	598
Приложение № 9. Варианты завязывания шейных платков для женщин	604
Приложение № 10. Рекомендации по уходу за срезанными цветами	611
Благодарности	614
Библиография	616

**Ольга Владимировна
Шевелева**

**Манеры для карьеры.
Современный деловой
протокол и этикет**

© Шевелева О. В., текст, 2020

© Коломина С., иллюстрации, 2020

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2022



Москва 2022

ОТЗЫВЫ О КНИГЕ

Есть одно мудрое выражение на английском: «Первое впечатление можно произвести всего один раз». Новая книга видного российского специалиста по деловому протоколу и этикету Ольги Шевелевой – это ключ, дающий возможность произвести именно то благоприятное первое впечатление, которое никогда больше не удастся произвести, упустив свой единственный первый шанс. Именно с этого первого раза возникают между двумя до того не знакомыми людьми основания для дальнейшего развития знакомства, делового и личного. Или не возникают.

«Манеры для карьеры» – редкое по своей осведомленности, полноте, насыщенности, многогранности, читабельности и полезности издание. От советов, кому и как подавать руку, как правильно одеваться, как говорить по телефону и как держаться в различных ситуациях, до тонкостей ведения переговоров, организации мероприятий, публичных выступлений, принятия и преподнесения подарков книга уведит читателя в увлекательное путешествие по реальному миру интересных людей и событий.

Этот мир настолько живо описан во всех деталях, что читатель, даже умудренный опытом и считающий, что он все это знает, видел и «проходил», невольно ловит себя на том, что «примеряет» все аспекты на себя и подсознательно пе-

репроверяет: «А правильно ли я держался, беседуя с тем послом на вчерашнем приеме?!», «Вернул ли я утренний телефонный звонок коллеги до ухода с работы сегодня вечером?!».

Фундаментальный труд Ольги Шевелевой придает совершенно иное звучание трафаретному выражению «настоящая книга». Это самый настоящий «учебник жизни», который необходимо постоянно иметь под рукой любому, кто не только хотел бы преуспеть в деловой карьере, но и тем, кто просто хотел бы чувствовать себя уверенно и комфортно в любой жизненной ситуации. Только специалист, обладающий таким всеобъемлющим, энциклопедическим знанием современных цивилизованных взаимоотношений мог написать столь интересную и в высшей степени полезную книгу. То, что этот специалист – деликатная, проницательная, обаятельная и элегантная женщина, придает книге особый лоск и звучание.

Д.А. Чикваидзе

*руководитель секретариата Генерального директора
Женевского отделения Организации Объединенных Наций*

Чтобы быть «в игре», необходимо знать, что такое деловой протокол, понимать язык этикета, распознавать адресованные вам невербальные сигналы и знать, как отвечать на них, и при этом учитывать национальные и религиозные особенности своих партнеров. Хорошие манеры помогают сделать профессиональные и личные отношения бо-

лее гармоничными и содержательными, эффективно налаживать деловые связи, завязывать полезные контакты, устанавливать долгосрочные отношения и получать настоящее удовольствие от общения с самыми разными людьми. Книга Ольги Шевелевой «Манеры для карьеры» является прекрасным пособием для «начинающих», инструкцией для «изучающих» и настольной книгой для «практикующих».

А.Е. Скобелев

*начальник отдела визовой поддержки и протокола
Управления международных связей Аппарата Совета
Федерации*

С большим удовольствием прочитал книгу Ольги Шевелевой «Манеры для карьеры». И это в очередной раз заставило меня задуматься о том, что соблюдение этикета и делового протокола не только создает благоприятную атмосферу для успешной и плодотворной деятельности, но и является показателем культурного уровня и того общества, в котором человек привык вращаться. Знание/незнание и соблюдение/несоблюдение писаных и неписаных правил создает как человеку, так и компании, которую он представляет, определенную репутацию и напрямую влияет на экономические результаты работы. Книга расцвечена примерами из реальной деловой жизни и имеет очень полезные с практической точки зрения приложения, что делает чтение интересным и нескучным. В этой связи книга может явиться незаменимым помощником и советником.

О.В. Горбулин

*член Правления Общероссийской общественной организации
«Российская Академия Бизнеса и Предпринимательства»*

Для налаживания общения между людьми нет, наверное, ничего более важного, чем умение быть адекватным традициям общения и этикета собеседника. А, например, для стран Востока, где веками все строится именно на тонкостях ритуала, это важно вдвойне. Книга Ольги Шевелевой «Манеры для карьеры» – блестящий путеводитель в мир великих секретов – секретов того, как можно стать «своим» практически в любой культуре мира за счет точного знания делового этикета.

А.А. Маслов

*доктор исторических наук, профессор, руководитель Школы
востоковедения НИУ «Высшая школа экономики»*

Книга Ольги Шевелевой «Манеры для карьеры» – уникальное практическое пособие для современного бизнес-сообщества, основу которого в первую очередь составляют международные экономические отношения, стандарты и формы делового оборота, технологии нейромаркетинга. В книге с исключительной полнотой представлен свод правил и рекомендаций о том, как сотрудникам представительских профессий следует выглядеть в конкретных ситуациях делового общения.

Автору удалось убедительно изложить алгоритмы делового

вого протокола и этикета и рассказать об основных формах дресс-кода, не исключая индивидуальности в одежде и не препятствуя творческому отношению к своей внешности. Это исключительно важно в контексте учета цивилизованных особенностей и трансграничности современного бизнеса. В условиях глобальной цифровизации знание делового протокола и этикета необходимо каждому человеку, стремящемуся к профессиональному и личностному успеху.

П.И. Толмачев

*доктор экономических наук, профессор, заведующий
кафедрой мировой экономики Дипломатической академии
МИД России*

Об авторе

Ольга Шевелева – бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету с 27-летним стажем. Тренер тренинговой компании «Бизнес Партнер».

Лауреат Национальной профессиональной премии в области протокола, имиджа и этикета в номинациях «За вклад в развитие делового этикета в России» (2014), «Лучшая книга в области протокола, имиджа и этикета» (2017).

Член Национальной ассоциации специалистов по протоколу.

Спикер и модератор Международного форума «Служба протокола» (FEPS) (2011–2019), Global Protocol Summit (2021).

Автор книг «Организация ведения переговоров» (2007, 2014), «Манеры для карьеры» (2014) – книга внесена в каталог библиотеки Женевского отделения Организации Объединенных Наций («Business manners» 2018), «Атлет и этикет» (2016).

Автор электронного курса Московского городского университета управления Правительства Москвы «Деловой этикет и позитивный имидж государственного служащего» (2016).

Сертифицирована Дипломатической академией Министерства иностранных дел Российской Федерации.

20-летний опыт успешной преподавательской деятельности в вузах Москвы.

В активе более 17 тысяч участников тренингов.

Клиенты:

Государственная Дума и Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, Министерство экономического развития Российской Федерации, Министерство транспорта Российской Федерации, Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации, Министерство финансов Российской Федерации, мэрия Москвы, администрация губернатора Московской области, администрация губернатора Ульяновской области, прокуратура Москвы, Управление Федерального казначейства по г. Москве, ПАО «Сбербанк», ОАО «РЖД», ОАО «Вертолеты России», ПАО «Федеральная сетевая компания Единой энергетической системы», Ассоциация Российских фармацевтических производителей, ГУП «Мосводосток», ОАО «Московская городская телефонная сеть», КСК ГРУПП, MSA Safety, Platron, Retainer Trading, ЗАО «Ретиноиды», Бизнес-парк «Гринвуд», «ТехноПарк» и др.

Партнеры:

Московская школа управления «Сколково», Школа бизнеса «Синергия», Международная школа бизнеса Московской торгово-промышленной палаты, Дипломатическая академия Министерства иностранных дел Российской Федера-

ции, Московский городской университет управления Правительства Москвы, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Первый Московский государственный медицинский университет им. И.М. Сеченова, Российский университет дружбы народов, Московский Центр развития кадрового потенциала образования, Центр международного протокола и кросс-культурных коммуникаций Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Московский областной учебный центр, агентство «Деловой протокол», Институт развития личности и бизнеса.

Введение

Манеры – внешние формы поведения.

Карьера – путь к успеху, видимому положению в обществе, на служебном поприще, а также само достижение такого положения.

Толковый словарь русского языка

Эта книга основана на личном опыте и знаниях, накопленных за 27-летний стаж работы с людьми, которых я обучала искусству делового общения в качестве преподавателя и тренера в рамках различных образовательных программ.

Она написана для того, чтобы помочь читателям оценить и развить свои навыки делового общения, необходимые для успешного ведения бизнеса, с учетом основных правил современного делового протокола¹ и этикета², а также национальных особенностей делового общения. Ее цель – оказать конструктивную помощь, а не просто развлечь.

Это не дайджест – я предлагаю максимум информации,

¹ *Деловой протокол* – правила церемониала при проведении различных деловых мероприятий (встреча, проводы, сопровождение партнеров, рассадка за столом переговоров или на приеме с рассадкой, рассадка в автомобиле, форма официальной переписки, форма одежды и др.).

² *Деловой этикет* – правила вежливости, регулирующие поведение человека в стандартных ситуациях делового общения (приветствия, знакомства, прощания, обмена визитными карточками, телефонного общения, посещения приема, проведения делового обеда и др.).

чтобы у читателя был выбор. В этой книге заинтересованный читатель найдет подробности, в которых, как говорится, и скрыт бог познания. В каждой главе рассмотрены основные правила делового протокола и этикета, а некоторые из них «проиллюстрированы» примерами из реальной жизни – фрагментами интервью с представителями различных компаний и организаций, руководители которых поделились своими историями, касающимися этой тематики, а также историями из моей коллекции.

Книга носит универсальный характер, поскольку рассказывает о правилах, действующих в деловом общении, независимо от специфики деятельности. Прочитав ее, вы приобретете полезные знания, которые сможете сразу же применить в своей ежедневной практике. Каждому сотруднику необходимо знать, как приветствовать других людей и представлять их друг другу, как обмениваться визитными карточками, как правильно держаться при личной беседе или во время телефонного разговора, как успешно провести деловую встречу, как одеться соответственно месту, времени и ситуации, как уверенно чувствовать себя во время делового обеда и многое другое. Соблюдать эти правила или нет – выбор за вами. Но о них необходимо знать, если вы хотите совершенствоваться в социально-профессиональной среде.

Карьерный рост и профессиональный успех связаны не только с умением безупречно выполнять свои должностные обязанности, но и с коммуникативными навыками, внешним

видом и стилем поведения. Ведь тот, кто думает о внешних формах, всегда производит серьезное впечатление и воспринимается как профессионал. Проблема в том, что многие люди комфортно себя чувствуют в своем окружении, но при этом плохо представляют, как вести себя в других кругах, представители которых вращаются на более высоком уровне, а неуверенность, неловкость могут испортить общую атмосферу встречи и повлиять на ее результат.

Надеюсь, что знание правил современного делового протокола и этикета поможет вам эффективно общаться на различных уровнях и всегда действовать уверенно и компетентно. Важно понимать, что многие правила утратили свой прежний смысл – «только так, а не иначе», поэтому лучше говорить о рекомендациях, но, разумеется, стандарты заданы и им нужно соответствовать. В противном случае подняться выше определенного уровня будет проблематично.

Мне будет очень приятно, если вы отнесетесь к чтению этой книги серьезно, не ограничиваясь поверхностным знакомством с ней. Поэтому, читая ее, делайте для себя пометки, чтобы при необходимости быстро вернуться к этому месту снова, анализируйте, многократно перечитывайте отдельные части, внимательно рассматривайте рисунки. После прочтения каждой главы подумайте, как можно применить эту информацию на практике. Из десятков предложенных советов выбирайте те, которые подходят именно вам. Но в то же время не думайте, что чтение этой книги столь тяжкая

работа – на ее страницах вас ждут приятные сюрпризы и интересные истории.

Глава 1. Коммуникации для профессионального успеха

Поведение в типичных ситуациях делового общения

Правила приветствия, представления, обращения и прощания

Ежедневно мы приветствуем коллег по работе и деловых партнеров и делаем это несколько тысяч (!) раз в течение каждого года. Казалось бы, имея такой опыт, ошибки быть не может, но практика показывает, что многие люди не умеют здороваться друг с другом. Причем речь даже не идет о знании правил делового этикета. Оказывается, что люди не могут произнести слова приветствия достаточно четко (правильно артикулируя звуки), достаточно громко (чтобы приветствие действительно услышали) и при этом посмотреть в глаза своему визави, улыбнуться и назвать человека по имени. Трудности возникают также в ситуациях представления, когда приходится выступать в роли посредника при знаком-

стве других людей или представляться самостоятельно. Кроме того, важно уметь правильно прощаться.

Приветствие

По правилам делового этикета младший по статусу первым здоровается со старшим по статусу, независимо от возраста и гендерных различий. Среди равных по статусу сотрудников первым здоровается более молодой. Если статус и возраст равны, очередность не имеет значения, даже если здороваются мужчина и женщина. Входящий первым приветствует присутствующих. Если вы сидите, приветствуя человека, обязательно встаньте. Когда к вашему рабочему столу подходит старший по статусу, гость, партнер или клиент, следует не только встать, но и выйти из-за стола навстречу человеку. И сделать то же самое, когда он уходит.

Важно не забывать, с кем вы уже поздоровались в течение дня, иначе человек может расценить это, как будто в первый раз вы его даже не заметили.

Если вы доверяете человеку, в обществе которого находитесь, то всегда присоединяйтесь к его приветствию, с которым он к кому-то обращается. Когда вы подходите к группе людей, в которой есть и незнакомцы, поприветствуйте всех присутствующих, а не только своих знакомых.

В формальной деловой обстановке вы можете выбрать любую из традиционных форм приветствия: «Здравствуй-

те!» или по времени суток «Добрый день!», «Добрый вечер!» (обычно после 18.00). Если вы знакомы, добавьте к приветствию имя человека – ему будет приятно. Отвечая на приветствие, желательно повторить слова человека. При этом всегда важно следить за своей интонацией.

Здороваться необходимо независимо от того, симпатизируют люди друг другу или нет. Это правило следует соблюдать всегда.

Представление

Представление с помощью посредника – самый церемониальный вариант. Руководствуясь общим правилом, младшего по статусу первым представляют старшему по статусу, при равном статусе приоритет у старшего по возрасту. Но во время представления важно учитывать ряд нюансов, к примеру, если вам придется познакомить своего коллегу с равным ему по статусу сотрудником другой компании, то принято первым представить сотрудника своей компании, даже если этот человек старше по возрасту. Это же правило действует в ситуации знакомства с клиентом.

Если вы выступаете в роли посредника при знакомстве, возможно использование двух классических словесных клише: «Позвольте вам представить» или «Разрешите вам представить» и далее посредник представляет одного человека другому, сначала обязательно обращаясь по имени к тому,

кому первому будет представлен другой человек. Полностью фраза может звучать так: «Иван Иванович, позвольте вам представить Николая Николаевича Николаева, заместителя генерального директора компании N». После этой фразы посредник говорит, обращаясь к тому, кого представили первым: «Николай Николаевич, представляю вам Ивана Ивановича Иванова – генерального директора компании NN». Если вам придется быть посредником при знакомстве двух иностранцев, к примеру, возможно использование фразы: «Господин Смит, позвольте вам представить господина Джоунза, вице-президента компании X. Господин Джоунз, представляю вам господина Смита, президента компании Y». Таким образом, при представлении людей друг другу в рамках делового общения, посредник обязательно должен назвать имя человека, должность и компанию, которую он представляет. Это минимальная информация, которую получают при официальном знакомстве. Но в зависимости от ситуации посредник может выбрать вариант представления «с расширением», когда добавляется дополнительная информация, которая в дальнейшем поможет новым знакомым продолжить разговор.

Затем новые знакомые обмениваются рукопожатиями, причем первым руку подает тот, кому первому был представлен другой человек. Рукопожатие должно сопровождаться легкой улыбкой и приветственными словами, к примеру: «Рад(а) познакомиться с вами, ... (имя человека)», или ана-

логичными фразами, но обязательно с добавлением имени нового знакомого. Похожие, но обезличенные фразы («Рад(а) встрече, «Рад(а) знакомству») считаются устаревшими. Слова «Очень приятно» при знакомстве говорят только в тех случаях, когда вы действительно испытываете эти чувства, а не как дежурную фразу. Заявление «Мне много о вас рассказывали» может озадачить вашего нового знакомого: какая информация о нем, с какой окраской (позитивной или негативной) и кем доведена до вашего сведения. Поэтому лучше этого не говорить.

Далее новые знакомые обмениваются несколькими словами. Инициатором такой беседы является старший по статусу. При равном статусе – тот, кому первому был представлен другой человек. Если самый высокий статус у посредника, то он начинает разговор.

Если вас представили неправильно или после представления ваш собеседник обращается к вам не так, как вас называли, поправьте его, не делая интонационных акцентов на ошибке. Достаточно просто вслед за собеседником правильно повторить свое имя.

При отсутствии посредника в ситуациях делового общения для самопредставления используется фраза: «Здравствуйте/добрый день/добрый вечер! Я «... (имя, фамилия/имя, отчество, фамилия)» или «Здравствуйте/добрый день/добрый вечер! Меня зовут... (имя/имя, отчество), моя фамилия...». Филологи считают, что связка «Меня зовут...

(имя, фамилия/имя, отчество, фамилия)» не корректна, т. к. правильное было бы отделять имя от фамилии, но этот вариант так прочно вошел в разговорный язык, что стал почти нормой. Использовать ли во время представления фразы «Позвольте представиться» или «Разрешите представиться», зависит от вашего выбора. Одни специалисты по этикету по-прежнему рекомендуют ими пользоваться, другие считают, что это правило устарело. Далее назовите свою должность и компанию, в которой вы работаете. Бывают ситуации, когда во время представления большой группе, человек в силу разных причин может не называть свою должность, но обязательно следует назвать свое имя (имя и отчество), фамилию и компанию, которую он представляет. Для фрилансеров – назвать свое имя (имя и отчество), фамилию, определить род деятельности и, возможно, причины нахождения в данном месте. Не принято самому при представлении называть собственные почетные или ученые звания. По строгим правилам делового этикета представляться самостоятельно возможно в обществе равных вам по статусу сотрудников или находящихся на один уровень выше вашего. В случае большей статусной разницы желательно, чтобы вас представил посредник. Обратите внимание, что во время банкета или приема с рассадкой за столом (если не было возможности познакомиться заранее) принято представиться сидящим рядом людям. Но лучше успеть познакомиться до того, как вы займете место за столом.

Однажды я обедала в ресторане со своим деловым партнером, который пригласил меня на встречу. Когда к нам подошел официант, он сказал: «Добрый день! Меня зовут Роман. Пожалуйста, меню для вас». На что мой знакомый ему ответил: «Добрый день! Я – Михаил, а это – Ольга». После этих слов мы с официантом одновременно удивились, т.к. в такой ситуации представление со стороны клиентов было совершенно неуместно.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Обращение

Форма обращения зависит от стандартов корпоративной культуры. В одних компаниях и организациях обращение по имени и отчеству или, по взаимной договоренности, по имени и на «вы» распространяется на всех сотрудников, в других принято обращаться к коллегам по имени и на «ты». Но важно помнить, что обращение к партнерам, клиентам и другим людям во время первого контакта должно быть только на «вы». При знакомстве обращайтесь внимание на форму представления – если человек представился как Иван Иванович, то и обращаться к нему следует по имени и отчеству, а если прозвучало только имя, даже если вам известно отчество нового знакомого, называйте его по имени. Во время делового

вого общения вы можете получить предложение перейти на «ты». Инициатива принадлежит старшему по статусу. При отсутствии субординации определяющим фактором становится возраст – старший может предложить младшему перейти на «ты». В паре мужчина и женщина, если это сотрудники равного статуса и примерно одного возраста, «шаг навстречу» может сделать женщина. От перехода на «ты» можно вежливо отказаться, но учтите, что вы вряд ли получите повторное предложение.

- В государственных учреждениях, учреждениях образования, здравоохранения, культуры принято обращение на «вы» по имени и отчеству независимо от статуса и возраста сотрудников.
- При обращении к группе людей в формальной обстановке: «(Уважаемые) коллеги», «(Уважаемые) господа».

Прощание

Противоположностью приветствию является прощание. Последние слова в конце встречи так же важны, как и слова, выбранные для ее начала. Основные правила:

- Уходящий первым прощается с остающимися.
- Гость первым прощается с хозяином.

В формальной деловой обстановке вы можете выбрать традиционные слова прощания: «До свидания!» или менее

официальные: «Всего хорошего (доброго)!».

Прощаясь с человеком, не только произнесите слова прощания, но и выразите удовлетворение встречей, к примеру: «Я рад, что мы обо всем договорились» или: «Я очень доволен встречей» и т. п. В ситуации прощания уместны также извинения за отнятое у человека время. При прощании (как и при встрече) принято обмениваться рукопожатиями, если только вы не прощаетесь с большой группой людей.

Обратите внимание, что уходить «по-английски» (в Англии – «удалиться на французский манер»), т. е. уходить, никому об этом не говоря, не считается вежливым. Как минимум принято попрощаться с организаторами мероприятия.

Правила обмена рукопожатиями

По правилам делового этикета первым при приветствии руку подает старший по статусу младшему по статусу.

Рукопожатие – это самый близкий физический контакт, который мы устанавливаем в бизнесе. И если уж вы решили пожать кому-то руку, то делайте это по-настоящему. Сохраняйте осанку, держите приемлемую дистанцию, улыбайтесь, смотрите в глаза. Подавая руку, ладонь следует держать ровно в боковой проекции, пальцы прижаты друг к другу, а большой палец поднят. Регулируйте силу рукопожатия и его длительность. Рукопожатие не должно быть слишком сильным или, наоборот, слабым. Оно должно длиться не более

двух секунд. Руку следует пожать, но трясти ее не рекомендуется. Не пожимайте руку человека двумя руками, не до-трагивайтесь другой рукой до его предплечья, локтя или плеча, а также не протягивайте руку через стол или через порог – это невежливо.

Будьте готовы к рукопожатию – желательно, чтобы правая рука была всегда свободна (если человек – левша, при рукопожатии он подает правую руку, чтобы не ставить другого человека в неудобное положение). Старайтесь подавать сухую и теплую руку. Подавайте руку, приблизившись к человеку, – идти с протянутой рукой не принято. При рукопожатию никогда не подавайте руку, согнутую в локте или прямую руку, а также не тяните руку человека на себя. Неблагоприятное впечатление производит человек, который, протягивая правую руку для приветствия, левую руку держит в кармане, смотрит в сторону или продолжает разговаривать с другим человеком.



В деловой обстановке рукопожатиями обмениваются и мужчины, и женщины.

Если, войдя в помещение, где находится несколько человек, вы решите обменяться рукопожатием с одним из них, по правилам этикета вы обязаны пожать руки и всем остальным вашим знакомым. Если это затруднительно – лучше ограничиться устным приветствием.

Не принять протянутую вам руку – равносильно оскорблению.

Помните, что все другие виды телесных прикосновений в деловом мире неуместны.

Правила поведения на совещании, в автомобиле, в лифте, у двери

Правила поведения на совещании

Пунктуальность

Пунктуальность является оценочным фактором. Зная время начала совещания, следует прибыть вовремя, не заставляя других ждать. Нарушение этого правила рассматривается как неуважение к организаторам, ведущему и участникам совещания. Опытные участники деловых встреч всегда приходят за несколько минут до начала совещания, что позволяет им пообщаться с другими участниками, узнать новости или поделиться информацией с коллегами и пр.

В продолжение этой темы несколько рекомендаций, которые могут помочь тем, кто вечно опаздывает:

- Постарайтесь осознать, что постоянные опоздания свидетельствуют о неуважении к окружающим, неорганизованности и эгоизме.
- Настройтесь на то, что вы везде будете вовремя.
- Рассчитывая время на сборы, всегда удваивайте его.
- Рассчитывая время на дорогу до планируемого места встречи, также увеличивайте его, делая допуск на возможные «пробки» или другие непредвиденные обстоятельства.

- Переведите стрелки часов на несколько минут вперед и помните об этом.

- Наблюдайте за тем, как ваши опоздания отражаются на вашей репутации и вашей работе.

- Поставьте перед собой цель не опаздывать на деловые встречи и совещания. Будьте тверды при ее достижении.

Рекомендации для ведущего совещание:

- Всегда начинайте совещание вовремя, никогда не ждите опаздывающих – уважайте пунктуальных участников встречи.

- Объявите цель и программу совещания, ознакомьте присутствующих с регламентом и назовите предполагаемое время окончания встречи.

- Если не все присутствующие знают друг друга, познакомьте участников встречи.

- Придерживайтесь повестки дня. При возникновении новых тем для обсуждения оцените временные ресурсы. Если отдельный вопрос требует более длительного обсуждения, назначьте другое совещание, объявив дату, время и место следующей встречи.

- Четко распределите задачи участникам совещания.

- Определите тех, кого следует ознакомить с итогами встречи.

- Назначьте ответственного за подготовку протокола совещания и выберите способ передачи информации, определив сроки.

- Поблагодарите присутствующих за участие в совещании.
- Закончите совещание вовремя – вам будут признательны.

Рекомендации для приглашенных:

- Перед совещанием всегда уточняйте у организаторов все неясные для себя вопросы, касающиеся как организационной, так и содержательной стороны.
 - Если вы сомневаетесь в целесообразности своего участия в планируемом мероприятии, обсудите этот вопрос со своим руководителем, возможно, предложив вместо себя другую кандидатуру.
 - В случае невозможности присутствия на совещании (в т. ч. и непредвиденном) обязательно сообщите об этом организаторам.
 - Если вы понимаете, что непременно опоздаете на встречу, обязательно предупредите организаторов об этой задержке, чтобы они знали, что вы тем не менее появитесь на совещании.
 - Если какое-то из поручений в ваш адрес осталось для вас неясным, по окончании совещания обязательно уточните, какие задачи поставлены перед вами, и только после этого уходите.
 - Во время совещания не забывайте перевести телефон в беззвучный режим.
- Деликатный момент: по возможности, постарайтесь пе-

рекусить перед началом деловой встречи, чтобы исключить возможность неловкой ситуации от проблем с желудком (урчание в животе). Если же такая неприятность все-таки произойдет, но звук будет не слишком громким, не реагируйте на случившееся, если звук явно будет слышен для окружающих, как минимум извинитесь, а если ситуация позволит (не будет слишком формальной), объясните, что сегодня вы остались без обеда и ваш желудок громко требует пищи. Постарайтесь сказать эти слова доброжелательно и с улыбкой.

Рассадка участников

Если при рассадке на совещании не используются специальные карточки, которые указывают конкретное место каждого участника, можно занять любое свободное место за рабочим столом, но помнить о главном правиле рассадки: самое почетное место – справа от руководителя или ведущего совещание человека, второй по статусу из присутствующих занимает место слева от руководителя, далее места ранжируются по степени удаленности от места руководителя – максимальная удаленность – минимальный статус. При этом участникам совещания следует садиться после того, как свое место займет руководитель или ведущий совещание человек.

Опоздание на совещание

Если вы опоздали к началу совещания, войдите (без стука) и извинитесь за свое опоздание, коротко сказав: «извините», но не принято здороваться с присутствующими, т. к.

этим вы отвлекаете участников от работы и вынуждаете их отвечать не ваше приветствие. Также не принято публично объяснять причину своего опоздания. Необходимо сесть на ближайший стул, сделав это как можно тише.

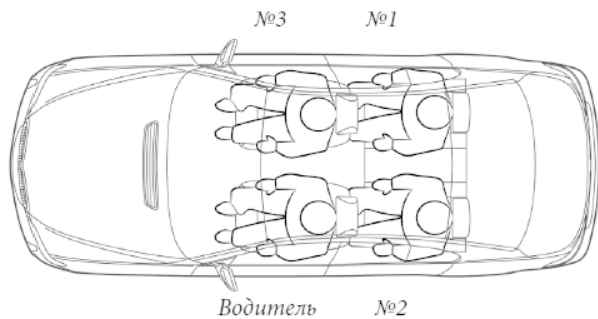
Уход с совещания до его окончания

Если вам необходимо уйти с совещания до его окончания, перед совещанием или в перерыве (если он предусмотрен) объясните причину своего преждевременного ухода руководителю или ведущему совещание человеку и займите крайнее от выхода из комнаты место за рабочим столом. В назначенное время встаньте из-за стола и, не прощаясь с присутствующими, чтобы не прерывать процесс ведения совещания, выйдите из помещения. В случае, когда возникла срочная необходимость уйти до окончания совещания, рекомендуется написать записку ведущему совещание.

Правила рассадки в автомобиле

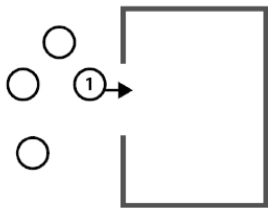
Согласно протокольным правилам самым почетным местом в автомобиле считается место на заднем сиденье по диагонали от водителя. Вторым считается место за спиной водителя, а третьим – место рядом с водителем, где обычно сидит переводчик или сопровождающее лицо. Если на заднем сиденье автомобиля должны быть размещены три человека, наименее почетным является место посередине. В случае если ваш коллега лично подвозит вас на собственном

автомобиле, займите место рядом с ним. Дамам важно помнить о следующем правиле: садясь в автомобиль, особенно когда вы в юбке или платье, сначала опускаются на сиденье, не отрывая ног от земли, и только после этого одновременно вносят ноги в салон автомобиля, а выходя, сначала одновременно ставят ноги на землю и затем встают.

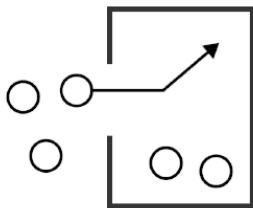


Правила поведения в лифте

В деловой обстановке в лифт первым входит тот, кто стоит ближе к двери лифта. Если вы едете в лифте вдвоем со старшим по статусу, выходя из кабины лифта, пропустите вперед стоящего рядом с вами старшего по статусу сотрудника. Если в кабине лифта находятся несколько сотрудников разного статуса, первым выходит тот, кто стоит ближе к двери. Оказавшись у двери в кабине переполненного лифта, когда двери откроются, выйдите из кабины и пропустите тех, кто выходит, а затем вернитесь в кабину. Входя в лифт, поздоровайтесь с теми, кого вы обычно приветствуете. Помните, что в просторной кабине лифта лучше стоять по периметру кабины, а в более заполненной встать влоботорота к другим пассажирам, но не поворачиваться к ним спиной за исключением очень больших или слишком тесных пассажирских лифтов. Оказавшись напротив другого человека, не смотрите ему прямо в глаза. Если в кабине вы стоите ближе других к панели с кнопками и вас попросят нажать нужный номер этажа, сделайте это спокойно, а не с видом «униженного и оскорбленного» человека. Постарайтесь не разговаривать в лифте со своими попутчиками. Если разговор необходим, говорите как можно тише (не обсуждайте других людей и не делитесь конфиденциальной информацией).



*Первым входит тот,
кто стоит ближе всего к двери*



*Пройдите в глубь кабины,
чтобы оставить место для остальных*

Как вести себя у двери

Общее «правило дверей» – выходящие всегда имеют преимущество перед входящими.

Поведение у двери зависит от того, в каком направлении открывается дверь. Если дверь открывается «от себя» – младший по статусу проходит первым и удерживает дверь для старшего по статусу. Так же ведет себя хозяин, сопровождающий гостя в незнакомом тому здании и показывающий дорогу. Подойдя к двери, предупредите гостя, что вы пройдете первым. Если дверь открывается «на себя», младший по статусу открывает дверь для старшего по статусу. Хозяин также открывает дверь для гостей и приглашает их пройти. Если вы первым подходите к двери в составе немногочисленной группы, считается вежливым пропустить впе-

ред других людей. Когда вы получаете приглашение пройти первым, а его делает старший по статусу, – поблагодарите и быстро пройдите в дверь. Если двери вращающиеся и их надо привести в движение, то первым проходит младший по статусу или хозяин. Как и в случае с обычной дверью, открывающейся «от себя», предупредите гостей, что пойдете первым и дождитесь, пока все они пройдут через вращающуюся дверь.

Обратите внимание, что дверь для клиента всегда открывает сотрудник компании.

ДВЕРИ, КОТОРЫЕ
ОТКРЫВАЮТСЯ
«ОТ СЕБЯ»



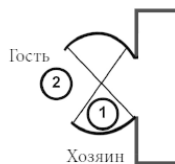
Хозяин проходит
первым

ДВЕРИ, КОТОРЫЕ
ОТКРЫВАЮТСЯ
«НА СЕБЯ»



Хозяин держит дверь
открытой

ВРАЩАЮЩИЕСЯ
ДВЕРИ



Хозяин проходит
первым

Виды визитных карточек, правила их оформления и использования

Визитная карточка – важный элемент делового общения. Деловыми визитными карточками обмениваются при знакомстве, ими можно воспользоваться для краткой надписи или приложить к документам, которые вы отправляете. Со светскими визитными карточками пересылаются цветы, подарки и т. п. Но многие люди считают, что бумажные визитные карточки устарели. Да, действительно, в наше время технологии развиваются стремительно, но не спешите сбрасывать со счетов старую добрую классику. На мой взгляд, очень важно быть современным и оперативно пользоваться «достижениями цивилизации», но при этом не забывать о проверенных способах коммуникации. «Ретро-вариант» оправдан как минимум по двум причинам. Во-первых, презентационная или подарочная бумажная визитная карточка с указанием имени дарителя по-прежнему отправляется адресату вместе с подарком. Во-вторых, по внешнему виду визитной карточки (материал и оформление) можно составить представление о ее владельце, даже не видя этого человека.

Мировая деловая практика показывает, что во время знакомства на сегодняшний день существуют разные способы обмена контактной информацией и далеко не все успели отказаться от бумажных визитных карточек. Карточка должна

не только содержать те сведения, которые человек хотел бы о себе оставить, но и содействовать сохранению у партнера того имиджа, к созданию которого человек стремится.

Виды визитных карточек

Существует несколько видов визитных карточек, но в деловом общении чаще всего встречаются:

- корпоративная визитная карточка – без именного блока;
- представительская визитная карточка – без адресного блока;
- персональная деловая визитная карточка – с именным и персональным адресным блоком.

На корпоративных визитных карточках нет имени и должности сотрудника, но содержится информация о названии компании, сфере деятельности, контактная информация, возможно, дополнительная информация, к примеру, перечень предоставляемых услуг. Корпоративными визитными карточками в основном пользуются в рекламных целях. Дизайн корпоративной визитной карточки отражает фирменный стиль компании.

На представительской визитной карточке кроме названия компании будет именной блок с указанием имени и должности сотрудника, но не будет контактной информации. Дизайн представительской визитной карточки также отражает

фирменный стиль компании. Будьте внимательны: если при встрече вам подадут корпоративную или представительскую карточку, значит, вручивший ее не настроен на более тесный контакт. Тот, кто заинтересован в сотрудничестве и хочет наладить хорошие отношения с партнерами и клиентами, вручает им персональную деловую визитную карточку.

Рекомендации по оформлению персональной деловой визитной карточки

Рекомендуется иметь одностороннюю визитную карточку, т. к. она позволяет в случае необходимости сделать необходимые надписи на оборотной стороне. Это может быть текст для адресата или ваши пометки для памяти. Если вы контактируете с иностранцами, следует заказать второй комплект визитных карточек на языке страны партнеров или на английском языке. Современная практика показывает, что очень часто встречаются двусторонние визитные карточки и многие считают этот вариант удобным, но он неверен. Важно, чтобы текст карточки подготовил профессиональный переводчик, поскольку название должностей, отделов и подразделений часто не имеет в иностранных языках прямых аналогов и чтобы иноязычная транскрипция имени была верна.

На персональной деловой визитной карточке печатаются:

- имя/имя, отчество, фамилия сотрудника (именно такой порядок слов считается правильным);
- должность (с указанием сферы деятельности, к примеру, не просто «менеджер», а «менеджер по продажам»);
- название компании без сокращений до аббревиатур;
- почтовый адрес и контактные реквизиты (сайт, адрес электронной почты, телефон – с указанием кода города, а в иноязычном варианте – и кода страны, при необходимости ссылку на соцсети – не более трех). Если поле визитной карточки перегружено текстом, допускается не делать, к примеру, ссылку «e-mail», поскольку это понятно по типу написания адреса.

Последовательность этой информации, ее расположение на поле карточки, цвет, рисунок, размер шрифта и карточки могут быть различными и на сегодняшний день существует разнообразие вариантов. Но важно, чтобы персональные деловые визитные карточки были выдержаны в фирменном стиле и создавали достойный профессиональный образ представителей компании.

Наиболее распространенные стандартные размеры визитной карточки – 50×90, 53,98×85,6 или 55×85 мм. Но могут быть и другие размеры, в т. ч. с учетом национальной специфики.

Традиционное расположение текста – по горизонтали. Желательно, чтобы на поле персональной деловой визитной

карточки было не более восьми строк текста. Не перегруженные текстом визитные карточки всегда выглядят более впечатляюще.

Рисунок шрифта (гарнитура) – не более двух видов: таймс, академия или аналогичные им. Сложные шрифты применять не рекомендуется. Текст должен легко читаться. Использование более двух видов шрифтов загромождает и без того небольшую площадь визитной карточки и затрудняет восприятие текста. Также не рекомендуется применять курсивное или полужирное начертание.

Размер шрифта (кегель) – не меньше шестого, чтобы при чтении текста карточки не пришлось брать в руки лупу.

Если владелец персональной деловой визитной карточки имеет ученую степень или ученое звание, это может быть указано на карточке как дополнительная информация, подтверждающая профессиональный статус.

Вопрос, печатать ли на визитной карточке фотографию владельца, остается открытым. Все зависит от традиций и (или) вкуса владельца. В большинстве стран это не принято, но в то же время в ряде стран это норма. Сторонники этого варианта, считают, что так легче запомнить нового знакомого.

Не следует использовать в карточке разнообразные цветовые сочетания. Цветным может быть только логотип компании. А текст лучше печатать одним, максимум двумя цветами. Классика – это черным по белому. Возможно исполь-

зование темно-синего, коричневого, бордового, темно-зеленого, иногда красного цвета. Не рекомендуется использование золотых или серебряных надписей на белом или, что еще хуже, цветном фоне или белого текста на черном фоне и т. п. Для визитных карточек лучше выбирать светлые тона, поскольку на них хорошо будет виден шрифт. Считается, что чем выше статус человека, тем светлее фон карточки. Помните, что чем выдержаннее и скромнее визитная карточка, тем значительнее она выглядит.

Обратите внимание, что изображение государственного герба или, к примеру, герба Москвы, принято наносить на визитные карточки государственных служащих.

Никогда не экономьте на бумаге. В классическом варианте визитные карточки должны быть напечатаны на качественной бумаге плотностью не менее 300 г/кв. м (картон класса премиум – 350 г/кв. м, делюкс – 650 г/кв. м). Приветствуется превосходная бумага, чтобы карточку было приятно держать в руках, но важен баланс смысловой и стилистической составляющей. Не рекомендуется использовать бумагу с глянцевой поверхностью, на которой трудно делать записи любыми видами ручек. А также ламинированные и пластиковые визитные карточки (хотя встречаются варианты покрытия, на котором возможно делать надписи).

Не принято ароматизировать деловые визитные карточки. Если изменился только ваш номер телефона, вы можете зачеркнуть тот, что напечатан на визитной карточке и напи-

сать другой. А исправлять в визитной карточке наименование должности или адрес – моветон. В таких случаях заказывают новые визитные карточки.

Будьте готовы к расходам на изготовление визитных карточек, но не жалейте средств – они окупятся. Ведь визитная карточка – это часть делового имиджа и демонстрация вашего статуса. И в случае, к примеру, предварительного (заочного) знакомства именно по этому листку бумаги у другого человека сложится первое впечатление о вас.

Поскольку персональная деловая визитная карточка в первую очередь представляет лично вас как сотрудника компании, в которой вы работаете, желательно выделить имя шрифтом или цветом, но именной блок следует расположить под названием компании.

<div>Герб/Логотип/Товарный знак</div> <div>Название компании</div> <div>Имя (Отчество) Фамилия</div> <div>Должность</div> <div>Адрес</div> <div>Контакты</div>	<div>Герб/Логотип/Товарный знак</div> <div>Название компании</div> <div>Имя (Отчество)</div> <div>Фамилия</div> <div>Должность</div> <div>Адрес</div> <div>Контакты</div>
--	---

Современные тенденции развития рынка труда способствовали появлению нового вида визитной карточки – кар-

точки фрилансера, на которой нет названия компании, но присутствует именной блок, указана сфера деятельности и контактная информация, в т. ч. может быть указан и почтовый адрес для корреспонденции.

Кроме того, для неформальных контактов, когда упоминание должности неуместно (к примеру, во время светских, а не деловых приемов, вернисажей, премьер и пр.), существуют так называемые светские визитные карточки. Но, обратите внимание, если вы приглашены, к примеру, на деловой прием, то, как и на любом другом деловом мероприятии, во время знакомства принято обмениваться персональными деловыми визитными карточками.

Стиль оформления этих видов визитных карточек зависит от личного вкуса владельца.

В начале 1990-х годов, когда у российских бизнесменов только начали появляться первые визитные карточки, в мою коллекцию попала настоящая «жемчужина», которую позднее ни одна карточка не смогла затмить, – там было написано «Супруга генерального директора».

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Надписи на визитных карточках

Помимо типографского текста на визитных карточках мо-

гут быть надписи, сделанные от руки на языке, на котором напечатана карточка, обычно в третьем лице. Например, «Поздравляет с праздником», «Благодарит за поздравление», «С наилучшими пожеланиями посылает художественный альбом на память» и т. п. Такие надписи принято оставлять на чистой оборотной стороне визитной карточки. Визитные карточки никогда не подписываются и дата на них не проставляется.

Крайне редко, по аналогии с правилами дипломатического протокола, на лицевой стороне визитной карточки в левом нижнем углу, который желательно оставлять свободным от текста, карандашом ставятся буквы французского алфавита, обозначающие соответствующие французские слова. Наиболее распространенные сокращения:

- p.r. (pour remercier) – выражение благодарности;
- p.f. (pour féliciter/fete) – выражение наилучших пожеланий/поздравление по случаю праздника;
- a.c. (avec compliment) – приветствие при посылке цветов или подарка;
- p.f.N.A. (pour féliciter Nouvel An) – поздравление с Новым годом. В ситуации, когда ваши деловые партнеры опередили вас, прислав свое поздравление первыми, необходимо сначала поблагодарить их, а затем также поздравить с наступающим праздником. В этом случае на визитной карточке ставятся буквы p.r.f.N.A.;
- p.p. (pour présentation) – заочное представление третье-

го лица. Визитная карточка лица, желающего быть представленным, посылается вместе с визитной карточкой человека, хорошо известного тому, кому представляют. На последней и делается надпись р.р. На визитной карточке представляемого никаких пометок не делается. В ответ лицо, которому представляли человека, присылает свою визитную карточку без каких-либо надписей;

- р.с. (pour condoléances) – выражение соболезнования (в т. ч. по случаю национального траура).

В российской деловой практике такие аббревиатуры не встречаются, но на всякий случай следует знать об этом при общении с зарубежными партнерами.

Правила хранения визитных карточек

Мужчины хранят визитные карточки в специальном футляре – визитнице в одном из левых внутренних карманов пиджака, но иногда визитные карточки могут лежать в боковом кармане пиджака. Женщины хранят визитные карточки в визитнице, находящейся в дамской сумке. Во время деловой встречи карточку можно достать из кармашка органайзера или чехла телефона. Если вы не хотите приобретать объемный чехол с отделениями для банковских карт, присмотритесь к такому аксессуару, как тонкий силиконовый кармашек для хранения карт, который незаметно крепится на зад-

ней панели телефона и при этом не увеличивает телефон в размерах. В такой кармашек можно положить не банковские карты, а визитные карточки.

Правила обмена визитными карточками

В стандартных ситуациях делового общения, после приветствия, представления и обмена рукопожатиями, визитную карточку вручает младший по статусу старшему по статусу, гость – хозяину. Помните, что во время деловых переговоров, когда состав участников встречи известен заранее, визитными карточками принято обмениваться в начале, а не в конце встречи, иначе это может быть воспринято как отсутствие изначального интереса к знакомству с партнерами. Если вы вручаете свою визитную карточку группе людей, статус которых вам неизвестен, вручайте ее по очереди. В большинстве случаев (за исключением знакомства с партнерами из ряда стран Азиатско-Тихоокеанского региона, которым карточку вручают двумя руками) визитную карточку вручают правой рукой таким образом, чтобы можно было легко прочитать текст. При вручении карточки контролируйте свое невербальное поведение: взгляд – в глаза партнеру, легкая улыбка. Если обмен визитными карточками идет, когда участники встречи сидят за столом переговоров, то не принято разбрасывать карточки как игральные карты. Постарайтесь хотя бы немного привстать и передать карточку

в руки или аккуратно подвинуть по столешнице в сторону нового знакомого.

Получив визитную карточку, внимательно прочитайте указанные на ней сведения (дающий карточку ожидает, что вы уделите ей внимание) и аккуратно положите карточку в визитницу, которую мужчины кладут в один из левых внутренних карманов пиджака, а женщины – в дамскую сумку. На деловой встрече карточку можно положить и в кармашек органайзера. Если вы познакомились с двумя-тремя партнерами одновременно, чтобы не ошибиться при обращении к ним, можно оставить их визитные карточки на столе, но следите, чтобы количество выложенных перед вами карточек не было похоже на пасьянс. Не забудьте забрать визитные карточки со стола при завершении встречи. В ответ следует вручить свою визитную карточку (желательно персональную деловую). На деловых встречах с большим количеством участников карточки не выкладывают на стол. В этом случае после рассадки за столом переговоров представление осуществляется по списку, который читает глава принимающей стороны, а затем глава делегации гостей зачитывает свой список. Иногда списки могут быть зачитаны референтами.

Никогда не давайте мятую или испачканную визитную карточку. Ни в коем случае нельзя мять чужие визитные карточки, вертеть в руках на глазах у их владельца, делать какие-то пометки в присутствии человека, вручившего ее вам, или небрежно сунуть в карман после получения. Это воспри-

нимается как неуважение и наверняка вызовет обиду.

Не принято обмениваться визитными карточками во время еды или находясь в лифте.

Желательно всегда иметь при себе достаточное количество визитных карточек, чтобы не оказаться в неудобной ситуации, когда вы пытаетесь объяснить, что у вас только что закончились карточки. Если по какой-то причине у вас нет с собой визитной карточки, извинитесь и пообещайте послать карточку при первой возможности или, в качестве исключения, напишите сведения о себе на чистом листе бумаги. Помните, что у всех руководителей, а также сотрудников определенного статуса всегда должно быть с собой необходимое количество визитных карточек. Недопустимо присутствовать на официальных встречах и переговорах без визитной карточки.

Мы не несем ответственности за то, что с нашей карточкой партнер сделает после встречи, но точно знаем, что, вручая визитную карточку при знакомстве, демонстрируем свое расположение, доверие и желание продолжить общение.

Все эти рекомендации касались традиционных визитных карточек, но, разумеется, технологии постоянно развиваются и влекут за собой перемены. Электронный обмен контактами (цифровая визитная карточка и мультиссылка) обычно не вызывает «процедурных вопросов», но создавая цифровую визитную карточку, убедитесь, что информация на вашей лендинг-странице подана корректно.

Пользуйтесь разными способами обмена контактами и каждый раз с разными партнерами будьте гибкими и выберите наиболее подходящий вариант – обмениваться традиционными визитными карточками или использовать гаджет.

Подготовка и проведение публичного выступления

Слово «риторика» происходит от греческого ρητορικὴ – «искусство говорить». Синонимом этого слова в русском языке является слово «красноречие».

Риторика – филологическая дисциплина, изучающая правила и приемы подготовки и произнесения публичной речи. Становление риторики произошло в Древней Греции в V веке до н. э.

Основные составляющие риторики

Несмотря на прошедшие почти две с половиной тысячи лет, основные составляющие риторики не изменились. Аристотель в своей знаменитой «Риторике» (Книга 1) писал: «Речь складывается из трех элементов – из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается».

Составляющие речевого общения по теории ораторского искусства Аристотеля:

- замысел и содержание речи;
- образ оратора;
- эмоция;
- композиция;

- стиль.

Опираясь на классическую греческую триаду – оратор, его речь и слушатель, современная риторика выделяет в речевом поведении говорящего человека две основные фазы: первая фаза – это подготовка к общению со слушателями, вторая – непосредственное общение с ними.

Классическая риторика весь процесс создания речи представляла следующим образом:

- продумывание содержания будущей речи;
- структурное и логическое расположение материала (минимум три блока: вступление, основная часть, заключение);
- словесное выражение – литературная обработка текста (учение о трех стилях: высоком, среднем и низком);
- запоминание или заучивание текста речи;
- произнесение речи с учетом основных вокальных характеристик речи, а также мимики, поз и жестов оратора.

При подготовке к публичному выступлению важно учитывать состав аудитории (культурно-образовательные, национальные, профессиональные и другие особенности), а также объективно оценивать свою компетенцию в тех вопросах, о которых вы собираетесь говорить. И главное – ваша цель не просто выступить перед аудиторией. Задача заключается в том, чтобы в процессе вашего выступления ваши слушатели изменили свое мнение и свое поведение в нужном для вас

направлении.

Этапы публичного выступления

Способность четко, уверенно и убедительно излагать свои мысли – это искусство, научиться которому может каждый. Совершенство же достигается практикой.

Ниже предлагается несколько советов по подготовке и проведению публичного выступления.

Перед выступлением

Готовясь к важному выступлению, всегда начинайте с трех главных вопросов:

- Какую цель я ставлю перед собой, чего я хочу достичь?
- Что мои слушатели должны узнать, чтобы эта цель была достигнута?
- Сколько времени мне потребуется для изложения своих идей?

Если у вас будет такая возможность, постарайтесь заранее побывать в помещении, в котором вам предстоит выступать, и проконтролировать подготовку помещения. Как минимум, в нем должно быть чисто, светло и свежо.

Вся подготовка должна быть проведена заранее. Люди не должны видеть, как вы раскладываете бумаги, маркеры и пр.

Очень важно проверить готовность техники (в т. ч. работу проектора, микрофона, презентера). Если вы будете пользоваться микрофоном и в начале своего выступления скажете: «Раз, два, три. Меня слышно?», считайте, что выступление закончилось, даже не начавшись.

Позади выступающего не должно быть ничего отвлекающего внимание слушателей. Если вы собираетесь показывать слушателям какие-то наглядные материалы, они должны демонстрироваться непосредственно в момент вашего сообщения об этом.

Рассадка слушателей должна быть такой, чтобы они не отвлекались на входящих в зал с опозданием.

Следует одеться так, чтобы не слиться со стенами помещения, в котором вы будете выступать. Одежда должна быть удобной и придавать уверенность тому, кто ее носит. Универсальная рекомендация – темный костюм классического стиля со светлой сорочкой и не слишком ярким галстуком для мужчин и деловой костюм или платье-костюм базовых цветов с одним акцентным по цвету аксессуаром для женщин. Но, по мнению психологов, женщинам, выступающим перед слушателями, особенно подойдут зеленоватые оттенки бирюзы. Выступая перед аудиторией, рекомендуется избегать клетчатой одежды, блестящих аксессуаров, нестрогих причесок.

Всегда имейте под рукой стакан воды, ручку и лист бумаги.

Не пейте перед выступлением холодные или газированные напитки, а также молоко, т. к. молоко сгущает слюну и голос может прерываться. По этой же причине перед выступлением не рекомендуется есть мороженое.

При возможности за несколько минут до выступления сделайте речевую гимнастику, а непосредственно перед выступлением – глубокий вдох, чтобы ваши первые слова прозвучали четко и ровно.

Всегда появляйтесь перед слушателями в самый последний момент перед своим выступлением.

Во время выступления

Обязательно поздоровайтесь с аудиторией и представьтесь (если вас не представит другой человек, что более предпочтительно).

Сделайте аудитории комплимент («Рад вас видеть» – самый простой, но вы можете придумать что-нибудь более изящное).

Никогда не начинайте с извинений («Я не оратор» или «Я не очень готов сегодня» и т. п.), не говорите: «Я так волнуюсь» или «Надеюсь, что вы не видите, как от волнения у меня трясутся руки» и т. п. А также вначале речи никогда не используйте фразы типа: «Я хочу начать свое выступление...», «Если позволите, я начну говорить о...», «Мне бы хотелось сказать вам...» и т. п.

Не начинайте выступление непосредственно с существа вопроса, т. к. аудитории требуется некоторое время, чтобы привыкнуть к вам: к вашей внешности, тембру голоса, манере поведения. Именно поэтому опытные ораторы тратят первые несколько секунд на то, чтобы поблагодарить аудиторию за проявленный интерес к выступлению и сказать еще несколько вводных слов.

В начале выступления улыбнитесь, слегка наклоните голову вперед, обведите взглядом присутствующих.

С самого начала четко обозначьте тему своего выступления.

В начале выступления первые несколько фраз рекомендуется произнести наизусть. Если же вы будете произносить всю заранее написанную речь наизусть, у вас не останется места для импровизации и гибкости, и вы не сможете овладеть главным навыком успешного оратора: говорить, думать и контролировать аудиторию одновременно.

Ваше выступление должно быть логично. У него должно быть начало, середина и конец или, по мнению Платона, «голова, туловище и ноги».

Выступление должно быть составлено так, чтобы его легко и удобно было излагать.

Чем лучше структурирована ваша речь, тем легче слушателям следовать ходу ваших мыслей и, соответственно, удерживать внимание. Структурировать выступление можно при помощи фраз типа: «Три преимущества...», «Два весомых

довода...» и т. п.

Важно избегать использования слов и фраз, которые трудно будет произнести или сложно понять. Если вы используете какие-то термины, всегда объясняйте их значение слушателям.

Один мой знакомый любит вставлять в свою речь какие-нибудь сложные иностранные слова, но почти всегда делает ошибки. Для примера могу привести слова «аутентичный» и «анахронизм», которые в его исполнении звучат как «атеунтичный» и «ахронизм». Каждый раз это выглядит и смешно, и грустно. Поэтому, если человек и использует иностранные слова, он должен всегда произносить их правильно.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Подкрепляйте свое выступление фактами, цифрами (по возможности округляйте их) и примерами, но учитывайте и эмоциональную составляющую. Ваша речь должна содержать такой баланс рациональных и эмоциональных компонентов, который бы соответствовал вашим целям и особенностям аудитории.

Никогда не читайте с листа. Следует хорошо знать то, о чем вы говорите.

В начале выступления используйте местоимения «вы», «ваш», «мы», «мы с вами», чтобы слушателям было понятно, какое отношение ваши слова имеют к ним. Чем большую

личную значимость вам удастся придать своим словам, тем выше шансы, что их внимательно выслушают и примут к сведению.

Всегда репетируйте свою речь перед выступлением.

Используйте позитивные, побуждающие к действиям слова и фразы с использованием этих слов («безопасность», «вы», «ваш», «вам», «выгодный», «гарантировать», «гордость», «деньги», «доверие», «защита», «здоровье», «интересный», «исследовать», «истинный», «качество», «легко», «любовь», «мы», «модный», «необходимо», «новый», «опытный», «оригинальный», «помощь», «понимать», «популярный», «престиж», «результат», «репутация», «современный», «спасибо», «стимул», «удобство», «удовольствие», «услуги», «успех», «целесообразный», «ценить», «экономия», «эксперт»). Следует избегать слов и фраз, которые могут быть восприняты как неискренность или обман («поразительно», «невероятно», «только между нами», «не подлежит сомнению», «вы должны», «вы обязаны» и пр.), а также «пустых» фраз («совершенно очевидно», «вряд ли стоит об этом говорить», «мне кажется», «думаю, что вы понимаете» и т. п.). Убедитесь, что каждое используемое вами слово несет максимальную смысловую нагрузку.

В начале выступления возбудите любопытство аудитории. Для этого приведите подходящую цитату (с указанием источника), какой-либо рассказ или ситуацию.

Примеры из реальной жизни помогают сделать выступле-

ние увлекательным и запоминающимся.

Старайтесь угодить не только аудиалам, которые любят слушать истории; помните, что визуалы любят «картинки» (слайды, фотографии, схемы, таблицы, графики и пр.), а кинестетики любят движение и действие.

Задайте в начале выступления один, а лучше – три вопроса, на которые слушатели обязательно дадут положительный ответ. Психологи утверждают, что если ваш собеседник на три ваших вопроса подряд ответил утвердительно, то вероятность утвердительного ответа на четвертый вопрос заметно возрастает. У собеседника возникает определенный психологический (положительный) настрой, который ему уже трудно преодолеть. Эта техника постановки вопросов может пригодиться вам в процессе ведения переговоров, а во время публичного выступления постарайтесь настроить слушателей положительно с помощью хотя бы одного такого вопроса.

Вовлекайте аудиторию, используя выражения:

- «Представьте себе, что вы...»;
- «Что бы вы делали, если...»;
- «Предположим, вы оказались в ситуации, когда...»

и т. п.

Не стойте на одном месте неподвижно. Хотя бы немного меняйте положение. Чем больше будет ваше личное пространство, тем лучше.

Не поворачивайтесь спиной к аудитории. Никогда не говорите, обращаясь к листу флипчарта, плакату или экрану.

Если вы демонстрируете какие-то материалы, расстояние до самого дальнего слушателя не должно превышать ширины листа флипчарта, плаката или экрана, умноженной на 6.

Не отказывайтесь от жестикуляции, но контролируйте руки. Не держите руки в карманах.

Во всех возможных случаях говорите стоя и ни на что не опирайтесь. Если нужно, найдите предлог, чтобы встать, например, что-то взять или передать. Сидя мы занимаем меньше места, поэтому, если вы хотите казаться более значительным, лучше говорить стоя, когда это уместно. К тому же стол может восприниматься как барьер. Если выступление за трибуной, но обстановка не очень официальная, на некоторое время постарайтесь выйти из-за нее.

Вес тела распределяйте на обе ноги, держите спину прямо, чтобы воздух свободно поступал в легкие, чуть приподнимите голову, чтобы голос шел в аудиторию, а не в пол.

Меняйте высоту голоса. Чем ниже голос, тем убедительнее он звучит. Но начинайте свою речь на относительно высокой ноте, характерной для разговора, продолжающегося уже в течение довольно длительного времени, т. е. когда голос становится громче и живее и мы вкладываем в речь все больше энергии.

Не говорите слишком тихо или громко. Не глотайте слова или их окончания.

Меняйте темп речи. Важные мысли лучше произносить, замедляя темп, а основной текст (особенно эмоционально окрашенные моменты) быстрее.

Изменяйте длину предложений, переходя от длинных к коротким, что позволяет усилить эффект выступления.

Используйте фразы-триады – это один из самых действенных приемов в конце речи, но они могут применяться в любой части выступления. Примером классической триады могут служить слова Юлия Цезаря из его донесения сенату о победе над понтийским царем Фарнаком «*Veni, vidi, vici*» (в переводе с латыни – «Пришел, увидел, победил»). Фразы-триады во все времена владели вниманием любой аудитории («огонь, вода и медные трубы», «кровь, пот и слезы» и т. п.). Немного практики и через некоторое время вы сможете «чеканить» свои собственные фразы-триады.

Делайте паузы до и (или) после важных мыслей. Опытные ораторы делают паузы не только между фразами, но и перед ключевыми словами, подготавливая аудиторию к тому, что будет далее. Пауза в составе одного предложения закрепляет смысл и значение отдельных слов. Пауза после предложения закрепляет сказанное. Пауза после риторического вопроса всегда акцентирует его. Рекомендуемая средняя продолжительность паузы – около 3 секунд.

Обязательно поддерживайте визуальный контакт с аудиторией. Вы должны видеть всю аудиторию. Не пропускайте тех, кто сидит в задних рядах. Смотрите по несколько секунд

в глаза своим слушателям, не смотрите поверх голов.

Не нарушайте зрительного контакта со слушателями более чем на 10 секунд. Если вы чувствуете, что «объаты страхом», на некоторое время откажитесь от визуального контакта со слушателями, но во всех остальных случаях используйте визуальный контакт.

Наблюдайте за аудиторией. Следите за сигналами, которые подает аудитория (адекватность реакции на ваши слова, положение корпуса слушателей, суэта или сосредоточенность, шуршание «газетами» и пр.), и проявляйте гибкость поведения, изменяя его в зависимости от реакции аудитории.

Используйте разговорный тон.

Не раздавайте много печатных материалов в начале выступления, т. к. аудитория может надолго отвлечься от ваших слов, рассматривая полученные материалы.

Улыбайтесь, если это уместно.

Шутите дозированно и только в том случае, если уверены, что ваши шутки соответствуют вкусам аудитории. При этом никогда не подшучивайте над слушателями.

Всегда учитывайте контингент аудитории.

При обращении к слушателям по имени никогда не путайте имен.

Не вторгайтесь в личное пространство слушателей – не подходите слишком близко и не прикасайтесь к ним.

Контролируйте дыхание. Звуки издаются на выдохе, и

для качественного звучания голоса необходимо качественное глубокое дыхание. На протяжении одной фразы, даже не очень длинной, человеку приходится несколько раз вдохнуть воздух. При этом в высказывании образуются микропаузы, поэтому вдохи часто синхронизируются со знаками пунктуации. Старайтесь не делать быстрых неглубоких вдохов, увеличивающих частоту дыхания и сбивающих его ритм.

Если в процессе выступления вы чихаете или кашляете, следует отвернуться от аудитории, прикрыть рот левой рукой, чихнуть или кашлянуть, повернуться к аудитории, извиниться и продолжить выступление.

Если вам нужно промокнуть нос носовым платком (именно промокнуть, а не высморкаться, что не принято делать публично), сделайте это не отворачиваясь и без извинений. Поступайте так же, когда вам нужно выпить глоток воды.

Не смотрите на наручные часы.

В конце выступления

Рекомендуется закончить выступление чуть раньше, чем этого захотят слушатели. Испанский писатель и философ Бальтасар Грасиан-и-Моралес, живший в XVII веке, сказал: «Важно не то, чтобы ваше появление встречали аплодисментами, а чтобы сожалели, расставаясь с вами».

После основной части своего выступления обязательно предоставьте слушателям возможность задать вам вопросы и

постарайтесь ответить на них. Если вам задан вопрос, ответа на который вы не знаете, скажите: «Очень интересный вопрос. Раньше мне не приходилось с ним сталкиваться. Разрешите, я уточню это для вас» и позднее постарайтесь сообщить человеку об этом.

В конце выступления не говорите фраз: «И в заключение» или «Вот приблизительно и все, что я хотел вам рассказать», т. е. заканчивайте, но не объявляйте об этом, т. к. тем самым вы сразу обеспечите себе потерю внимания аудитории.

Помните: то, что будет сказано в конце выступления, слушатели максимально запомнят. Следовательно, ваше выступление должно приводить к четкому и запоминающемуся выводу. Всегда заканчивайте свое выступление четким обобщением сказанного, но никогда не перенасыщайте концовку информацией.

Обязательно поблагодарите слушателей и попрощайтесь с ними.

Уходя с места выступления, соберите свои бумаги и унесите их, держа в одной руке. Уходите достойно, не убегайте. Контролируйте свою походку и осанку.

Если ваше выступление содержало какие-то обещания, обязательно выполните их.

По правилам делового этикета после выступления в предоставленной вам аудитории следует поблагодарить организаторов за эту возможность, отправив им благодарственное письмо.

Постарайтесь использовать подходящие для вас рекомендации, и, если вы освоите необходимые для эффективного выступления навыки, вы никогда не окажетесь в ситуации, когда вам не будет хватать слов.

Общение по телефону

История появления электрического телефона полна загадок и противоречий относительно первенства его создателя. Долгое время официальным изобретателем телефона считался 29-летний преподаватель Бостонского университета Александр Белл, получивший в марте 1876 года патент на изобретение телефона. И только в июне 2002 года Конгресс США признал право изобретения телефона за иммигрантом итальянского происхождения Антонио Меуччи, подавшим заявку на патентирование своего изобретения в 1871 году. Но факт остается фактом – первый патент на телефон получил Белл.

Сегодня невозможно представить свою жизнь без этого изобретения. Коварство телефона заключается в том, что простота использования аппарата скрывает необходимость учиться правильно им пользоваться с учетом правил телефонного этикета. К сожалению, далеко не все деловые люди владеют искусством ведения телефонной беседы и знают правила телефонного этикета, соблюдение которых во время телефонного разговора так же важно для эффективного взаимодействия между партнерами, как и в остальных случаях делового общения.

Принципы телефонного общения и основные части телефонного контакта

Главными принципами телефонного общения являются:

- вежливость;
- информативность;
- краткость.

В общем виде телефонный контакт состоит из нескольких частей:

- Подготовка к звонку. К телефонным переговорам, впрочем, как и к любым другим, необходимо тщательно подготовиться: собрать всю возможную информацию, а также желательно зафиксировать для себя цель конкретного звонка.
- Представление – не более 30 секунд (формальное).
- Введение собеседника в курс дела, информирование о цели звонка – до 1 минуты (максимально четкое и краткое).
- Обсуждение существа вопроса – 2–3 минуты.
- Назначение места и времени встречи (при необходимости) – до 1 минуты. Если вы не хотите обременять партнера, удобнее приехать на его территорию. Если партнеру нужны дополнительные аргументы, касающиеся надежности вашей компании, то рекомендуется приглашать партнера в свой офис.

С местом встречи почти никогда не возникает проблем, в отличие от времени. При согласовании времени встречи сначала согласовывают неделю, затем часть недели (начало или конец), затем конкретный день и, наконец, часть дня и конкретный час.

Помните общее правило: вы как инициатор встречи можете предложить место и время, но окончательное решение остается за вашим партнером.

- Прощание – не более 30 секунд. Словесное клише прощания включает благодарность и (или) комплимент партнеру и обращение к нему по имени, например: «Благодарю за звонок. С вами было очень приятно беседовать. До свидания, (имя партнера)!»

- Анализ разговора по телефону. Лучше всего сделать это письменно, зафиксировав основные результаты, причины удачного или неудачного звонка, а также другие важные, с вашей точки зрения, данные.

Основные правила телефонного этикета

Трубку стационарного телефона желательно снять после второго гудка (за это время вы успеете закончить фразу, если вы говорите с кем-то и сказать человеку «извините», дописать предложение или дочитать строку), но не позднее третьего, чтобы экономить время своих партнеров и не потерять потенциальных клиентов. Но если вам звонят на мобильный

телефон, допустимо ответить после четвертого гудка. Звонящий должен понимать, что этого времени достаточно, чтобы при необходимости достать телефон из портфеля или сумки, поэтому важно вовремя закончить вызов. Сняв трубку, отвечая на входящий звонок, руководствуйтесь стандартами, установленными в компании, но в любом случае следует поздороваться, представить свою компанию (или отдел) и представиться самому. Ответы «Да!», «Слушаю!» подходят для бытового, но не для делового общения. Правильным будет сказать: «Здравствуйте/добрый день/добрый вечер! Компания N (юридический отдел), Иван Иванов».

Звонящий всегда должен знать, куда он попал.

В свою очередь позвонивший человек отвечает на приветствие и представляется сам. Если позвонивший человек не представился, тактично попросите его сделать это, используя фразы: «Представьтесь, пожалуйста!» («Будьте любезны, представьтесь!»), «Простите, могу я узнать ваше имя и организацию, которую вы представляете?».

Если приходится звонить повторно, никогда не говорите: «Это опять я». Сколько бы раз вам не пришлось звонить по нужному номеру, правила телефонного этикета каждый раз требуют формального представления. При этом не рекомендуется использовать глагол «беспокоит» – лучше заменить его словами «говорит» или «звонит».

Обращайтесь к собеседнику по имени (без ошибки) и чаще произносите местоимение «вы».

Если вам потребуется прервать звонящего, следует сказать: «Простите, что прерываю вас...», а затем высказать утверждение или задать вопрос.

Большинство телефонных систем современных офисов имеет режим голосовой почты и если в момент звонка вы уже разговариваете по телефону, то сообщение от другого звонящего записывается автоматически. Если такой технической возможности нет, и во время телефонной беседы необходимо принять параллельно поступающий звонок по другой линии или прервать разговор на некоторое время, следует извиниться перед собеседником, попросить его подождать (дождавшись его согласия) и поблагодарить. Затем перевести звонок в режим ожидания и ответить второму звонящему. Оценив важность разговоров, определиться, с кем вы будете говорить, и тактично сообщить собеседнику, разговор с которым откладывается, почему вам необходимо прервать разговор, договорившись с ним о времени повторного звонка. Скажите: «Простите, у меня параллельный звонок. Вы могли бы подождать, пока я отвечу на него? (Дождитесь согласия абонента.) Спасибо!», «Простите, мне необходимо получить дополнительную информацию по этому вопросу. Вы могли бы подождать минуту?» (Но в этом случае следует действительно уложиться в минуту.) Или: «Могу я перезвонить вам/ Вы могли бы перезвонить мне через ... минут?» Неправильные варианты: «Секунду!», «Минуточку!», «Один момент!», «Побудьте на трубке!», «Перезвоните позже!», «Подождите,

я узнаю».

В ситуации, когда вы беседуете tet-a-tet и звонит телефон, приоритет у того, с кем вы уже вели беседу. Исключение – звонок от человека, занимающего высокую статусную позицию или очень важного партнера, клиента.

Если в определенное время вы ждете важного звонка, о котором договаривались заранее, но в этот момент вам звонит другой абонент, извинитесь и быстро объясните, что вы ждете звонка от человека, с которым предварительно договорились созвониться в это время. Важно пообещать звонящему, что перезвоните ему, когда освободитесь, или попросить, чтобы он перезвонил вам позднее.

Не отвечайте на телефонный звонок во время беседы с клиентом.

Если разговор неожиданно прервался, перезванивает инициатор звонка. Обратите внимание, что обязательно следует перезвонить даже в том случае, когда разговор был почти полностью завершен и вы буквально не успели договорить слова прощания – это правило хорошего тона.

Если вам звонят в присутствии других людей, а разговор носит конфиденциальный характер, то решите, что лучше: удалиться на время, если есть такая возможность, или перенести разговор на другое время.

При необходимости включения режима громкой связи, обязательно поставьте собеседника в известность, что вы находитесь в обществе других людей.

Если вы договорились о звонке партнеру или клиенту, но по какой-то причине не смогли этого сделать, то позвоните при первой же возможности, объяснив причину задержки. Всегда лучше позвонить позднее, чем не позвонить совсем. Это оставляет неприятный осадок у партнера и может отразиться на вашей репутации.

Если по договоренности вы снимаете трубку телефона отсутствующего коллеги, не говорите: «Его нет на рабочем месте», «Сейчас все обедают» и т. п. Запишите, кто звонил, по какому вопросу, контактную информацию и пообещайте перезвонить абоненту.

Звоня по мобильному телефону, после приветствия (при необходимости – представления) принято поинтересоваться у собеседника, есть ли у него возможность разговаривать (даже если заранее была договоренность о времени звонка, т. к. обстоятельства могли измениться). При ее отсутствии договоритесь об удобном времени для повторного звонка.

Прежде чем перевести звонящего в режим ожидания, предупредите собеседника об этом, объяснив причину, а также сообщите, какое время он будет в ситуации ожидания. Не рекомендуется оставлять собеседника в ожидании более чем на 30 секунд, а общее время ожидания не должно превышать полутора минут. По окончании паузы надо поблагодарить собеседника за ожидание. Если вас попросили подождать и не отвечают в течение 1 минуты, повесьте трубку и перезвоните. Не показывайте при этом своего возможного

раздражения.

Контролируйте громкость разговора. Говорить громко – моветон.

Если вы не расслышали фразу или фамилию, попросите звонящего повторить. Если фамилия очень сложная, допускается попросить повторить ее по буквам, сказав: «Простите, очень сильные помехи (плохая связь). Вы могли бы повторить по буквам?» Неправильные варианты: «Не слышу!», «Не понимаю!», «Что-что? Повторите!», «Говорите громче!».

Во время проведения переговоров, совещаний, деловых бесед, при посещении театра, концертного зала, во время приема или делового обеда необходимо перевести телефон в беззвучный режим. Когда вы ждете важного звонка, предупредите об этом своих собеседников в начале встречи, но не кладите мобильный телефон на стол, показывая тем самым постоянную готовность ответить на звонок и понижая таким образом значимость очного общения. Установите режим вибрации и, когда вам потребуется ответить на звонок, извинитесь и при возможности выйдите из помещения. Постарайтесь как можно быстрее закончить разговор, а вернувшись, не забудьте повторно извиниться перед собеседниками.

Набрав неправильный номер, следует извиниться. Если вам позвонили, набрав неправильный номер, скажите: «Вы ошиблись». Если вас повторно беспокоят, скажите: «Вы

ошибаетесь номером» и попросите абонента назвать номер, который он набирает, чтобы выявить ошибку в цифрах.

Обратите внимание, что если вы в первый раз звоните на мобильный телефон интересующего вас человека и этот номер ему незнаком, возможно, ваш звонок останется без ответа. В этом случае после звонка следует отправить абоненту текстовое сообщение и объяснить, кто вы и по какому вопросу звонили.

Пользуясь автоответчиком в офисе, запишите следующий текст: «Вы позвонили в компанию N. Пожалуйста, оставьте сообщение после сигнала, мы вам обязательно перезвоним. Спасибо». При возможности предложите звонящему альтернативный способ связаться с вами, к примеру, отправить сообщение. Говорить о том, что сейчас вы не можете подойти к телефону, бессмысленно. Звонящий должен быть краток: назовите свое имя и компанию, день и час звонка, номер своего телефона и кратко вопрос, по которому вы звонили. Прощаться не принято – достаточно поблагодарить.

Получив сообщение на автоответчике с просьбой перезвонить, сделайте это в день получения сообщения или не позднее чем в течение суток.

В случае отказа собеседнику, в начале фразы должно следовать сожаление. Отказ в деловом общении (в т. ч. телефонном) обязательно должен быть мотивирован. Последовательность всегда одинакова: сначала – причина, затем – вывод. Скажите: «К сожалению, ...», «Мне жаль вас огорчать,

но ...». Неправильные варианты: «Не могу вам помочь», «Я этим не занимаюсь», «Это вопрос не ко мне».

Заканчивает разговор тот, кто его начал. Исключение составляют ситуации, когда вы звоните старшему по статусу лицу или когда позвонивший человек забалтывается. В последнем случае вежливо уточните, в чем состоит предмет разговора, или тактично прекратите беседу, сославшись, к примеру, на срочную работу или необходимость ухода на совещание. Третьим исключением является разговор с клиентом – он первым вешает трубку.

В конце телефонного разговора обязательно должно быть резюме. Инициатору разговора следует выделить ключевые моменты и договориться о последующих действиях: времени следующего звонка, встрече и т. д. Держите свое слово.

В заключение разговора принято поблагодарить собеседника за звонок. Скажите: «Благодарю вас за звонок. До свидания!», «Спасибо за информацию. Всего хорошего!», «Я был(а) рад(а) побеседовать с вами. До свидания!». Неправильные варианты: «Ага (угу). Ну, все», «Прощайте!», «Увидимся!».

Всегда необходимо делать благодарственные звонки в случаях, когда вам оказали какую-либо услугу. Ваша реакция должна быть быстрой. Если вам оказали существенную услугу, выразить благодарность лучше при личной встрече, а не с помощью телефона.

Не отвечайте на звонок в момент, когда вы едите или пьете.

те.

Во время телефонного разговора не принято чихать или кашлять прямо в трубку. Если в процессе разговора вы чихнули или кашлянули, извинитесь перед собеседником. Если хочется зевнуть, постарайтесь сделать это так, чтобы собеседник этого не услышал.

Все личные разговоры в течение рабочего дня ведите на нейтральной офисной территории – там, где вас не слышат другие сотрудники.

И еще несколько общих рекомендаций по телефонному этикету:

- Не рекомендуется звонить до 9 часов утра и после 22 часов, если не было особой договоренности.
- Вежливые люди, получив номер телефона собеседника, обязательно уточняют, в какое время можно звонить.
- Не принято звонить по рабочим вопросам в нерабочее время и в выходные дни.
- Время ужина у всех разное, но желательно не звонить по телефону в период с 19 до 21 часа.
- Поздравлять со значительными событиями в жизни человека: юбилеем, рождением ребенка, законным браком и т. п. лучше не по телефону, а лично. Также не принято выражать соболезнования по телефону (в этом случае принято написать).
- Прощаясь с собеседником, найдите лучший вариант, чем глагол «давай».

- Для формирования имиджа важен даже рингтон вашего телефона, поэтому сделайте правильный выбор.

Правила эффективного разговора по телефону

Всегда рядом с телефоном держите ручку, бумагу, календарь. При необходимости делайте записи.

Определите цель звонка. Перед важным звонком обязательно составьте план разговора и запишите все главные вопросы, которые собираетесь задать собеседнику.

По возможности звоните первым – это явное преимущество.

Самую важную информацию сообщайте в начале разговора.

Отложите звонок до тех пор, пока вы окончательно не сформулировали свое сообщение; в случае, когда вы не узнали какие-то детали или факты; а также не делайте важных звонков, если вы чем-то расстроены, рассержены или плохо себя чувствуете.

Следите за своей интонацией. Говорите уверенно. Недопустимы робкие интонации, а также интонации безразличия и превосходства. В голосе не должно быть никакого намека на раздражение. Если вы хотите сделать голос мягче – улыбайтесь. Улыбка не видна, но всегда «слышна» во время телефонного разговора. Чтобы голос звучал естественно, не

отказывайтесь от своей привычной мимики и жестикуляции.

Говорите, тщательно артикулируя звуки, достаточно громко и четко ясными, лаконичными формулировками. Помните, что, управляя темпом, громкостью, высотой, интонацией и дикцией, вы управляете первым впечатлением о себе вашего телефонного собеседника. По голосу собеседник определяет ваш профессионализм и выбирает стиль общения с вами.

Добивайтесь разговора с человеком, который действительно обладает правом решения интересующего вас вопроса или способен заинтересоваться вашим предложением или информацией.

Избегайте «параллельных» разговоров с окружающими людьми.

Поддерживайте интерес собеседника к разговору.

Задавайте вопросы, чтобы направлять разговор в нужное русло.

Не делайте в разговоре долгих пауз (более 3 секунд).

Внимательно слушайте собеседника, используя приемы нерефлексивного (когда слушатель невербально показывает свое внимание к словам собеседника и осуществляет короткую обратную связь с говорящим, время от времени произнося «да-да», «понимаю» и т. п.) и рефлексивного слушания (когда слушатель устанавливает с говорящим обратную связь, позволяющую устранить искажение информации, пользуясь приемами уточнения, перефразирования и резю-

мирования).

Запоминайте и повторяйте слова вашего собеседника.

Если вас застали врасплох, не отвечайте немедленно. Извинитесь, отложите разговор и перезвоните человеку после того, как обдумаете свой ответ.

Во время телефонного разговора чаще используйте утвердительные формулировки («да», «конечно» и т. п.), реже – формулировки с долей сомнения («возможно», «вероятно» и т. п.), старайтесь не употреблять отрицательные формулировки («нет», «не смогу» и т. п.), особенно в начале разговора, а также фразу «Вы должны».

Говорите в среднем темпе, но первые и заключительные слова произносите медленнее.

Если позвонивший агрессивен, никогда не отвечайте тем же. Старайтесь не переходить на личности и не терять самообладание. Не спешите возражать. Дайте человеку высказаться, внимательно его слушая, и пыл оппонента через какое-то время угаснет.

Если вы не правы, вежливо извинитесь и достойно признайте свою вину.

Если вы хотите договориться о встрече и предполагаете возможный отказ, держите в запасе несколько приемлемых часов и дат. Вопросом «В пятницу, 19 числа, в 10 часов вас устраивает?» вы заставляете собеседника размышлять, будет ли он свободен в это время, вместо того чтобы сомневаться в необходимости встречи с вами.

Не рекомендуется использование выражений, которые несут в себе отрицания («Вас не затруднит», «Не могли бы вы», «Не скажите ли» и т. п.) – эти фразы так и подталкивают собеседника к отказу, категорических выражений: «Все не так, как вам кажется», «Вы не правы» и т. п., которые мешают конструктивному диалогу. А также фраз: «Я не знаю» (лучше – «Я узнаю это для вас») или «Я не могу этого сделать» (лучше сказать о том, что возможно сделать в этой ситуации) и т. п.

При разговоре с раздраженным собеседником избегайте таких слов, как «проблема», «жалоба» и т. п., которые только усилят раздражение собеседника. Вместо них лучше использовать выражения «эта ситуация» или «подобный подход» и т. п.

Не пытайтесь успокоить абонента обещаниями, которые вы не в состоянии выполнить. Всегда соблюдайте взятые на себя обязательства.

Не рекомендуется использовать так называемое «успокоение отрицанием»: «Не волнуйтесь», «Не нервничайте» и т. п. Предложите собеседнику обсудить его проблему в конструктивном русле. Выскажите свои варианты решения, спросите, что предлагает собеседник.

Проанализируйте проведенный разговор. При необходимости сделайте пометки в специальном блокноте, а не на отдельных листах.

Общение в мессенджерах

Важно помнить основные рекомендации:

- Общение в мессенджерах асинхронное по умолчанию и синхронное при необходимости. Отправив сообщение, не ждите мгновенной реакции адресата и сами не торопитесь отвечать незамедлительно.
- Когда начинаете переписку с новым собеседником, в первом сообщении обязательно представьтесь и сразу переходите к делу. Пишите емко и кратко, даже не отделяя абзацы. Старайтесь не использовать аббревиатуры и другие сокращения, смысл которых может быть непонятен адресату.
- Ведите общение в официально-деловом стиле. Излишняя эмоциональность, смайлы неуместны. Если беседуете с человеком в мессенджере и решили позвонить ему, предупредите об этом сообщением и только потом набирайте номер.
- Не принимайте серьезных решений в мессенджерах. Не используйте их для отмены встреч или других срочных дел – в этом случае лучше позвонить.
- Не критикуйте делового партнера через мессенджер. Критические замечания рекомендуется высказывать только при личной встрече.
- Переписку в мессенджерах не расценивайте как формальное доказательство соглашений. Дублируйте в письме

то, о чем договорились.

- Не пишите в нерабочее время.
- В конце сообщения желательно поставить «точку», используя заключительную фразу – «До встречи», «Спасибо» и пр. и (или) краткое пожелание.
- Никогда не пишите прописными буквами! Если необходимо выделить слова – используйте полужирное начертание. Ставьте точки и другие знаки препинания.

Невербальные коммуникации

Жесты, позы, осанка, походка, мимика и взгляд могут сказать о человеке гораздо больше, чем его слова. Очень важно поддерживать свое тело в том состоянии, которое окружающие понимают как спокойствие, уверенность, владение собой, заинтересованность собеседником.

Особое внимание следует обратить на соответствие ваших жестов вашим словам и на правильное восприятие невербальных сигналов человека, с которым вы ведете разговор.

Понимание секретов «языка тела» и развитие наблюдательности помогут вам стать профессионалом в области коммуникации и делового общения.

Достаточно усвоить значение самых распространенных жестов, чтобы лучше находить взаимопонимание с другими людьми и располагать к себе окружающих. Особенно это актуально для делового общения, поскольку в этом случае часто приходится иметь дело с незнакомыми людьми, результат переговоров с которыми может быть очень значим.

Показатели состояния партнера

Показатели состояния человека – это его различные поведенческие реакции и действия, а также словесные описания своих внутренних ощущений. Эти показатели бывают двух

видов – вербальные и невербальные.

К вербальным показателям относят все, что партнер говорит словами о своем состоянии, ощущениях, чувствах и т. п. Невербальные показатели основаны на «языке без слов». К ним относятся: жесты, мимика, позы, походка, осанка, направление взгляда и длительность визуального контакта, форма и сила рукопожатия, пространственное расположение партнеров относительно друг друга (ориентация и дистанция) и пр.

Как правило, слова больше контролируются партнером по сравнению с невербальными проявлениями. Контроль заключается в том, что партнер сознательно подбирает те или иные выражения, т. к. словами управлять достаточно легко. Поэтому основное внимание уделяйте невербальным показателям. Они меньше управляются сознанием и могут многое рассказать внимательному наблюдателю об истинных намерениях партнера. Все невербальные показатели можно объединить в три группы:

- Сигналы, отражающие расположенность партнера к общению или стремление «закрыться». Эти сигналы можно отследить, наблюдая за чередованием открытых/закрытых жестов и изменением поз партнера. Одним из признаков того, что партнер испытывает к вам расположение или его устраивает ход разговора, является демонстрация открытых жестов, которые легко заметить. На противоположное отношение указывают закрытые жесты.

- Сигналы, отражающие изменение физиологического состояния партнера. Для оценки этих сигналов важно отслеживать, начинает ли партнер убыстрять свои жесты, делать их более четкими, ускоряется ли его речь, учащается ли дыхание, расширяется или сужается зрачок и пр.
- Сигналы, отражающие дружелюбие или враждебность. Основными показателями дружелюбия являются улыбка, визуальный контакт, близкое расстояние между партнерами, наклон корпуса в сторону партнера, наклон головы вправо или влево. Враждебность характеризуют нахмуренные брови, напряжение мимической мускулатуры, пристальный, оценивающий взгляд, отсутствие или избегание визуального контакта, агрессивные позы, некомфортная дистанция между партнерами.

Важно заметить, что оценка состояния партнера с помощью невербальных и вербальных показателей должна быть интегральной, т. е. следует учитывать комплекс поведенческих реакций партнера, а не отдельно взятый жест или фразу.

Основная сложность заключается в умении быстро замечать все изменения состояния партнера и вовремя на них реагировать, а для этого нужно обладать особой тренировкой, т. к. сразу этот навык появиться не может.

Основные жесты и позы, отражающие внутреннее состояние собеседников

Важно обращать внимание на следующие жесты и позы:

- Открытые/закрытые жесты. Открытые – когда движения рук направлены от тела, закрытые – к телу. В процессе делового общения не рекомендуется впадать в крайности – широко распахивать объятия или скрещивать руки на груди с одновременным захватом собственных предплечий.

Лучше использовать спокойные жесты одной рукой в границах перемещения от плеча до талии. Если вы захотите продемонстрировать собеседнику свое расположение и искренность, вы можете в положении сидя, положить руки на стол ладонями вверх или, если вы стоите, умеренно жестикулируя, также показывать партнеру ладони. К закрытым жестам относят любое скрещивание рук, а также спрятанные руки, ладони.

- Жесты и позы уверенности/неуверенности. Прямая спина, развернутые плечи, ровное положение головы говорят об уверенности. Чувство превосходства выражает поза, когда человек закладывает руки за голову. Жесты неуверенности, как правило, связаны с прикосновениями к уху или носу. О неуверенности свидетельствуют склоненная вниз голова, согнутая спина, опущенные и сцепленные внизу руки, поза, ко-

гда человек сидит на краю стула.

Большинство людей редко контролируют свои жесты и позы, а положение ног наименее подвержено сознательному контролю. Привычная поза, когда человек сидит, положив ногу на ногу, говорит о сдержанной или защитной позиции, но, кроме этого, может иметь специфическое национальное толкование. Например, когда представители высшего руководства крупной российской компании были с визитом в Японии, во время беседы в процессе переговоров все они сидели в удобной для себя позе, положив ногу на ногу. И по неизвестной им причине эти переговоры шли очень трудно и нерезультативно, хотя и были очень хорошо подготовлены. Оказалось, что в Японии сидеть, положив ногу на ногу, означает, что собеседник вам неинтересен, а представители нашей стороны об этом не знали.

В.В. Зайцев, генеральный директор КП «Корпорация развития Зеленограда»

- Жесты и позы согласия/несогласия. Согласие выражается киванием головой, наклоном корпуса вперед. Несогласие будет выражено откровенным покачиванием головой из стороны в сторону, поворотом корпуса и ступней ног от собеседника. Также жестом, свидетельствующем о несогласии с собеседником, является собирание несуществующих ворсинок со своей одежды.

Группа жестов, свидетельствующих о неискренности

Многие прикосновения руки к лицу возникают в результате желания что-то скрыть, хотя у этих жестов есть и другие значения.

После многократных и длительных наблюдений эксперты по вопросам невербального поведения выделили самые частые движения обманщиков:

- Защита рта рукой. Но прикосновение к губам так же может означать смущение или тревогу.
- Прикосновение к носу – утонченный, замаскированный вариант предыдущего жеста. Он может выражаться в нескольких легких прикосновениях к ямочке под носом или почти незаметном прикосновении к носу.
- Прикосновение к глазам в сочетании с возможным отводом взгляда от собеседника. Этот жест проявляется в легком или энергичном прикосновении к верхнему или нижнему веку.
- Поглаживание подбородка.
- Потягивание мочки уха.

Когда человек лжет – он волнуется. Пытаясь справиться с волнением, он часто совершает беспорядочные, неоправданные движения: не может спокойно усидеть на месте, теребит

края одежды, трогает волосы, прикусывает или сжимает губы, прячет ладони и пр.

Для выявления симптомов неискренности собеседника рекомендуется:

- Задавать прямые вопросы, глядя в глаза человеку, и следить за его реакцией.
- С доброжелательной интонацией попросить повторить сказанное.
- Дать понять, что верите ему, тогда, расслабившись, он станет лгать грубее, и вскоре это станет очевидным.

В то же время помните: ни один отдельно взятый жест не может быть интерпретирован без учета других жестов, слов или обстоятельств. Чтобы прийти к окончательному выводу о том, что собеседник лжет, надо учитывать комплекс невербальных сигналов, возникшую ситуацию и произносимые слова. Очень может быть, что ваш собеседник трет глаз лишь потому, что он у него чешется, и он вовсе не намерен вас обманывать.

Повторение жестов

Очень тонкой техникой, помогающей установить связь с собеседником, является копирование его движений – при необходимости применяйте этот прием. Отслеживайте любимые позы и жесты того, кто говорит, а затем используйте

те их в решающий момент. Подражая движениям партнера, старайтесь не оскорбить этим собеседника. Если имитация выполнена хорошо, она поможет установить доверительную атмосферу между партнерами.



В некоторых ситуациях бывает полезно не подстраиваться, а, наоборот, отсоединиться от собеседника. Если вы хотите завершить коммуникацию, но не хотите делать это прямо, можно принять иную позу, развернуть корпус немного в сторону, отвести взгляд или встать и тем самым прервать контакт.

Жесты и действия, которых следует избегать

Не используйте жестов, демонстрирующих неуверенность, расслабленность, скуку или раздражение. Избегайте нервных движений (постукивание пальцами, поигрывание различными предметами – ручками, ключами и пр.). Не дотрагивайтесь до волос, украшений, не поправляйте костюм. Не отворачивайтесь от собеседника. Избегайте давящих, указующих, отвергающих движений рук. Не скрещивайте руки и (или) ноги в положении сидя или стоя. Старайтесь не дотрагиваться до своего лица. И не держите руки в карманах, находясь в обществе.

Также избегайте действий, связанных с демонстрацией сексуальной привлекательности:

Со стороны женщин

- Долгий взгляд в глаза и ниже уровня глаз.
- Учащенный визуальный контакт.
- Любые жесты, связанные с прихорашиванием.
- Облизывание уголков губ.
- Демонстрация достоинств своей фигуры.
- Приоткрытый рот.
- Покачивание туфелькой на пальцах ноги.
- Медленное закидывание ноги на ногу и медленное воз-

вращение ее в исходное положение.

- Руки на бедрах.

Со стороны мужчин

- Долгий взгляд в глаза и ниже уровня глаз.
- Учащенный визуальный контакт.
- Любые жесты, связанные с прихорашиванием.
- Облизывание уголков губ.
- Раздвинутые ноги в положении сидя.
- Руки на бедрах.

Полное отсутствие жестикуляции воспринимается как скованность и неуверенность, но чем официальнее общение, тем более сдержанной должна быть жестикуляция.

Отдельно следует сказать о жевании резинки. Это действие одним из первых входит в список негативно воспринимаемых и может в кратчайшие сроки испортить ваш имидж. Желательно пользоваться жевательной резинкой без свидетелей в течение нескольких минут после приема пищи, если у вас нет возможности почистить зубы или прополоскать рот водой, но не растягивать это действие надолго. Одновременно жевать резинку и разговаривать с другими людьми невежливо. И даже если вы ни с кем в данный момент не общаетесь, не пользуйтесь жевательной резинкой так, чтобы это было заметно окружающим.

Мимика и визуальный контакт

Мимика – это движение мышц лица. С помощью мимики мы выражаем чувства, эмоции, желания. Выражение лица и улыбка в первые секунды встречи с партнером часто намного важнее того, что человек говорит.

Фокус внимания – лицо собеседника, а точнее – глаза и губы, поэтому крайне важно контролировать направление и длительность взгляда, выражение лица, а также появление или исчезновение улыбки.

Начните встречу с улыбки. Улыбка – сигнал того, что человек вам небезразличен и интересен и вы хотите установить и поддерживать с ним контакт. Когда человек улыбается, мозг начинает вырабатывать эндорфины – гормоны, способствующие хорошему самочувствию. А поскольку улыбка почти рефлекторно порождает ответную улыбку, она улучшает самочувствие и настроение другого человека. Улыбка в самом начале встречи повышает вероятность успеха дальнейшего хода переговоров, ведь если вы поднимаете настроение людям, они непременно проникаются к вам симпатией.

Улыбка должна быть легкой и адекватной ситуации. Она не должна вызывать дискомфорт или раздражение собеседника. Не рекомендуется использовать слишком широкую улыбку. Важно, чтобы улыбка была искренней – при ее формировании приподнимаются уголки рта и работают мышцы

глаз, а при фальшивой улыбке уголки рта не поднимаются и отсутствуют складки и морщинки вокруг глаз – явные признаки настоящей улыбки.

Улыбка в сочетании с киванием во время беседы поощряет собеседника продолжать разговор и придает вам вид заинтересованного слушателя. Это особенно важно, если, к примеру, в переговорах участвует команда, а беседу ведет глава делегации.

Движения глаз тесно связаны с речью и помогают установить контакт с собеседником. Значение визуального контакта очень велико. Около 80 % информации человек получает с помощью зрения. Это один из самых эффективных методов удержания внимания и получения обратной связи. Когда слова имеют особое значение, зрительный контакт может усилить их воздействие. Во время делового общения рекомендуется выдерживать длительность непрерывного зрительного контакта в интервале 5–15 секунд. За это время можно произнести от 10 до 30 слов, или от одного до трех предложений. Чуть больше внимания уделяйте человеку, имеющему наибольшие полномочия при принятии решений. Однако устойчивость зрительного контакта общающихся людей не означает, что нужно пристально смотреть друг другу в глаза, т. к. пристальный взгляд может создать дискомфорт и привести собеседника в замешательство. В некоторых ситуациях настойчивый и пристальный взгляд может быть воспринят как признак враждебности или вызова. И

никогда в деловом общении не используйте оценивающий взгляд – взгляд, которым один человек окидывает другого с головы до ног. Такой невербальный сигнал расценивается как оскорбление.

При общении с партнером рекомендуется смотреть в ограниченную область лица. Эксперты разделяют зоны так называемого «делового» и «социального взгляда», но практика показывает, что во время делового общения люди чаще смотрят в центр лица собеседника. Во время беседы вы можете «гулять» взглядом в области треугольника, углами которого служат внешний разрез глаз и губы человека. Не рекомендуется опускать взгляд ниже основания шеи вашего визави. Оценивающий взгляд недопустим.

Исследования показывают, что во время деловой встречи люди смотрят друг на друга от 30 до 60 % времени. Если человек встречается с вами глазами меньше 30 % времени, он, скорее всего, не воспринимает ваши слова. Если же визуальный контакт составляет более 60 %, можно быть уверенным, что вас внимательно слушают. Частота зрительных контактов определяется и темой беседы. Чем приятнее тема, тем легче смотреть в глаза собеседнику, обсуждая неприятные проблемы, люди чаще избегают взглядов. Часто люди отводят глаза, когда им задают вопросы, от которых они чувствуют себя неловко или ощущают свою вину.

Визуальный контакт зависит и от расстояния между собеседниками. Человек больше склонен смотреть на говоряще-

го, когда он находится на некотором расстоянии, и избегает зрительных контактов, когда собеседник совсем рядом.

Визуальный контакт помогает регулировать разговор. Замечено, что когда говорящий переводит взгляд с собеседника на что-нибудь другое, это значит, что он еще не закончил говорить. По завершении своей мысли говорящий, как правило, смотрит прямо в глаза собеседнику, как бы сообщая: «Я все сказал, теперь ваша очередь».

Перемещения и дистанция между партнерами

Перемещения в ходе делового общения достаточно ограничены, но, если такая необходимость возникнет, помните о следующих рекомендациях:

- Не перемещайтесь перед слушателями без причины.
- Перемещения должны подчиняться логике вашей речи.
- Перемещайтесь небольшими шагами.
- Не стойте слишком долго.
- Не нависайте над кем-либо из участников встречи: уважайте их личное пространство.
- Не говорите, повернувшись спиной к слушателям.
- Не перемещайтесь, когда говорят другие.
- Старайтесь перемещаться во время речевых пауз.

Важное значение имеет и расстояние между людьми в

процессе общения. Комфортная дистанция общения – это расстояние, при котором создается наибольший комфорт для общения. В зависимости от вида и цели общения дистанция между партнерами может существенно различаться. Расстояние в зоне личной близости может варьироваться от максимального сближения – примерно 50–80 см до предела зоны личной близости – 1,3 м. Расстояние в зоне социального контакта: ближний социальный контакт составляет от 1,3 до 2,0 м, дальний – от 2,0 до 3,5 м. В этом случае уже достаточно трудно удерживать контакт. Также выделяют зону общественной дистанции – наиболее далекое расстояние в межличностном общении. Близкая общественная дистанция составляет от 3,5 до 5,0 м, дальняя – от 7,5 м. Кроме того, у каждого человека есть зона интимной близости – пространство на расстоянии от 15 до 40–50 см, которое в деловом общении нарушать не следует. Исключение из этого правила – только нахождение в лифте. В этом случае необходимо свести к минимуму визуальный контакт с находящимися в кабине лифта пассажирами.

Важно помнить еще и о том, что людям подсознательно нравится иметь за спиной контролируемое пространство, следовательно, вы можете избавить собеседника от некоторого напряжения, позволив ему занять положение с «защищенной» спиной.

Взаимное положение, занимаемое собеседниками, зависит от характера общения и интенсивности контакта меж-

ду ними. Если это соперники, они садятся напротив (конкурирующе-оборонительная позиция). С другой стороны, согласно протокольным требованиям именно так участники деловых переговоров рассаживаются за столом переговоров: в этом случае такая рассадка означает равноправную позицию и способствует конструктивному общению. Партнеры чаще всего садятся по одну сторону стола (позиция делового взаимодействия). При обмене информацией и выяснении позиций друг друга наиболее рациональным для двух собеседников будет положение рядом, но через угол стола (угловая позиция, позволяющая поддерживать визуальный контакт). Расположение по диагонали друг от друга (независимая позиция) свидетельствует об отсутствии заинтересованности в контакте с собеседником, некотором дискомфорте или желании остаться незамеченным, например на деловом совещании.

Критика и комплименты

Критические замечания

Существует три главных рекомендации, касающихся высказывания критических замечаний в адрес других людей:

- Критиковать человека наедине.
- Критикуя, важно не забывать о правильной последовательности действий: сначала отметить положительные стороны, затем высказать критические замечания и, наконец, выразить надежду на то, что подобная ситуация не повторится.
- Высказывая критические замечания, использовать «Я-высказывания», а не начинать фразу с местоимения «вы». К примеру: «Я очень огорчен (огорчена) тем, что...», а не: «Вы меня очень огорчили тем, что...».

Отвечая на критическое замечание, придерживайтесь следующих рекомендаций:

- Если обвинение справедливо – не отрицайте своей вины. Ошибки на работе – штатная ситуация. Недаром в разных странах столетиями существует поговорка, что не ошибается лишь тот, кто ничего не делает. Главное – как поступить, допустив ошибку.
- Не оправдывайтесь.

- Извинитесь, спокойно объясните ситуацию и как можно быстрее предложите конструктивное решение проблемы.
- Выслушав критическое замечание, психологи советуют уточнить его суть – какие конкретно к вам предъявляются претензии, а не общую формулировку. После выяснения деталей, если претензии обоснованы, эксперты рекомендуют согласиться с критикой, тем самым избавив себя от дальнейших обвинений со стороны собеседника.
- Научитесь ценить конструктивную критику, извлекая пользу из услышанного, и благодарите за высказанные замечания. А если человек критикует вас несправедливо – пожалейте его. Это показатель того, что у него сейчас есть проблемы и вы, возможно, просто попали «под горячую руку». Но постоянно терпеть несправедливую критику не стоит. Если ситуация повторяется, найдите способ обсудить проблему.

Комплименты

Что такое комплимент? Согласно толковому словарю русского языка комплимент – это любезные, приятные слова, лестный отзыв. Признание заслуг окружающих вас людей свидетельствует о вашей внутренней силе и о том, что вы внимательный и независтливый человек.

Сделать удачный комплимент непросто, а неудачный комплимент вообще может испортить настроение адресату. Банальные комплименты могут даже обидеть человека, кото-

рый подумает, что лучше бы и не слышать таких «бесцветных» слов. Слишком частые комплименты или комплименты с использованием слишком выразительных эпитетов могут вызвать раздражение и недоверие.

Существуют две точки зрения по вопросу высказывания комплиментов в деловой обстановке: представители первой считают, что комплимент – это оценочное суждение и высказывание своего мнения равноценно тому, что человек «судит» другого, и в качестве исключения комплимент может быть адресован только организации в целом, а не конкретному человеку. Представители второй точки зрения считают, что похвала и комплименты – это огромный потенциал, который обязательно нужно использовать в рамках делового общения. Люди нуждаются в знаках одобрения. Они придают уверенность, укрепляют чувство собственного достоинства, поднимают самооценку. Мне нравятся слова Марка Твена: «На хорошем комплименте я могу прожить два месяца». А королева Великобритании Елизавета II считает, что «каждому человеку необходима похвала, иначе мир станет очень мрачным».

Если вам ближе вторая точка зрения, запомните несколько рекомендаций, касающихся произнесения комплиментов в деловой обстановке:

- Комплимент должен относиться только к делу или профессиональным качествам человека, а не к его внешности.
- Хвалить следует не человека, а результат его работы.

- Говорите комплимент искренне.
- Обязательно обращайтесь к человеку по имени.
- Не откладываете комплимент на будущее.
- Будьте кратки.
- Избегайте похвалы, которая порождает конкуренцию, а следовательно, никогда не сравнивайте человека с другими людьми, если только они не находятся на недостижимой статусной высоте.
- Настоящий комплимент бескорыстен, поэтому после него не уместны просьбы.
- Комплименту не нужны «приправы» («Руки у тебя – золотые, а язык твой – враг твой!»).

Комплимент должен прозвучать естественно и непринужденно, чем спонтаннее он появится, тем больше радости он доставит адресату. Если произнести комплимент заученно и неэмоционально, он потеряет всю свою силу. В этом случае лучше вообще ничего не говорить, поскольку так прозвучавший комплимент хуже молчания. Важно также, чтобы комплимент не прозвучал покровительственно, особенно от человека, который сам плохо разбирается в вопросе, к которому относится комплимент.

Примеры нейтральных комплиментов:

- «Вы – настоящий профессионал!»
- «С вами приятно иметь дело!»
- «Как тонко вы разбираетесь в людях!»

- «Общаясь с вами можно многому научиться!»
- «Меня всегда поражает широта вашего кругозора!»
- «Ваша энергия просто заряжает других!»
- «У вас энциклопедическая память!»
- «Какая у вас красивая речь! Слушать вас – одно удовольствие!»
- «Верно говорят – у вас действительно золотые руки!»
- «Как улыбка вам к лицу!»

На комплимент обязательно следует ответить. Скажите: «Большое спасибо», «Спасибо за добрые слова», «Благодарю вас», «Вы очень любезны», «Большое спасибо. Я рад(а), что вам понравилось», «Спасибо за добрые слова. Мне приятно, что вы заметили» и пр. Но фраза, к примеру: «Да лучше меня никто другой и не сделал бы!» или похожие на нее – неуместна.

Если работал не один человек, а комплимент адресован ему, важно сказать, что успех – не только его заслуга, и назвать тех, кто помогал в работе.

Отвечая на комплимент, не забывайте улыбнуться.

Никогда не оправдывайтесь, принимая комплимент. Многие люди не умеют принимать комплименты, начиная отвергать похвалу в свой адрес, объяснять, что, мол, это ерунда, ничего особенного и т. д. При этом, если комплимент прозвучал заслуженно, такая реакция выглядит как минимум неестественно.

Темы-табу и нейтральные темы для неформального общения

Невозможно наладить хорошие деловые отношения с коллегами без разговоров на нейтральные темы, а необходимость вести неформальный разговор возникает ежедневно: перед началом совещания, когда собираются его участники, в ожидании лифта, во время совместного обеда и т. д. Умение вести легкий разговор является очень важным для создания приятной атмосферы встречи. Во время small talk (в переводе с англ. – маленькая беседа) нужно уметь говорить о пустяках. Человек, не имеющий, по выражению одного из английских писателей, «разговорной мелочи», похож на богатого человека, не имеющего мелкой монеты и поэтому затрудняющегося оплатить мелкие расходы.

Беседа важна не только для непринужденного общения с коллегами. Внимательный человек не только запомнит (или даже запишет) какую-то полезную информацию, но и без труда определит, кто является сплетником, интриганом, снобом, «мещанином во дворянстве» и т. п.

Помните о некоторых рекомендациях, которых следует придерживаться во время разговора:

- Внимательно следите за реакцией собеседника – насколько он заинтересован в разговоре. В ситуации, когда собеседник чем-то озабочен, расстроен и т. п., не заставляйте

его поддерживать разговор, найдите повод, чтобы его закончить.

- Знайте меру – не следует злоупотреблять временем собеседника.

- Умейте внимательно слушать человека.

- Не навязывайте своего мнения и не будьте категоричны.

- Говорите по существу, используя четкие формулировки.

- Следите за отсутствием в своей речи вульгаризмов, жаргонизмов, просторечий.

- Постарайтесь сделать свою речь выразительной, используя риторические приемы.

- Используйте подходящие вопросы (к примеру, чтобы вступить в беседу, вы можете сказать что-то о месте, поводе для проведения мероприятия или о его организаторах).

- Если во время беседы к вам присоединяются другие собеседники, постарайтесь вовлечь их в разговор или смените тему.

- Помните, что неприличные шутки в деловой обстановке недопустимы.

- В ситуации, когда вы хотите завершить разговор или из-за отсутствия свободного времени не можете его поддержать, скажите: «Буду рад(а) еще раз вернуться к этому разговору. Это очень интересная тема», «Жаль прерывать такую приятную тему, но мне необходимо подготовить документы к назначенному сроку», «Я с удовольствием поговорю с вами, когда закончу срочную работу».

В процессе делового общения важно знать, о чем не принято спрашивать других людей и каких тем следует избегать во время неформальных разговоров.

Не принято спрашивать:

- о возрасте человека;
- о национальности;
- об уровне образования;
- о религиозной принадлежности;
- о лишнем или недостаточном весе, проблемах с кожей, волосами, косметических операциях и т. п.;
- о состоянии здоровья;
- о беременности или причинах отсутствия детей;
- о судебных делах;
- о разводе и т. п.

Если вам задали некорректный вопрос, вы имеете право проигнорировать его и продолжить деловой разговор. Если вопрос задают повторно, скажите: «Думаю, что мне не обязательно отвечать», но при этом постарайтесь смягчить свой ответ с помощью интонации и мимики. Если вопрос задают в третий раз – найдите предлог, чтобы закончить разговор с этим собеседником.

Старайтесь избегать обсуждения:

- плохих новостей;
- денежных вопросов в любых вариантах (заработная пла-

та, кредиты, крупные покупки и пр.);

- вопросов собственности;
- вопросов своего здоровья (плохого или хорошего);
- вашего продвижения по службе (или его отсутствия);
- ошибок других;
- политических крайностей;
- острых национальных вопросов;
- вопросов сексуальной ориентации;
- семейного положения и т. п.

Следует отметить, что есть немало людей, которые считают, что эти правила устарели и что больше нет табуированных тем, но все же не торопитесь обсуждать эти темы в офисе.

Рекомендуемые темы:

- нейтральные вопросы, относящиеся к сфере вашей деятельности;
- новости культуры, спорта, ресторанные новости;
- путешествия и туризм;
- достопримечательности города и страны (в беседе с иногородними или иностранными партнерами);
- последние достижения науки и техники;
- интересные книги, фильмы, спектакли, концерты, выставки;
- музыка;
- погода и т. п.

Организация угощения во время деловых встреч

Виды угощения и сервировка стола

Во время большинства деловых встреч, проходящих в офисной обстановке, чаще всего подаются только напитки, но если речь идет о переговорах, особенно длительных, то предложение угощения во время перерыва считается хорошим тоном и это обязательно будет оценено партнерами. Необходимо заранее составить меню, проконтролировать своевременное выделение средств на организацию угощения, решить организационные вопросы с кейтеринговой компанией, предусмотреть все детали сервиса.

Из угощения предлагаются разнообразные канапе, оригинальные закуски и десерты, которые подаются в миниатюрной посуде, пирожки с различными начинками, сдобные булочки, кексы, сладкое и соленое печенье, пирожные, шоколадные конфеты и другие кондитерские изделия, некоторые сухофрукты, в т. ч. фруктовые чипсы и др. Угощения подаются на небольших тарелках. Для экономии места разные виды угощения могут быть поданы в двух-трехъярусной посуде современного дизайна. Шоколадные конфеты принято ставить на стол в коробках, снимая крышку, а плиточный шо-

колад подавать в виде небольших по весу плиток в бумажной упаковке и в фольге.

Необходимо избегать хрустящих, рассыпчатых, пачкающих и жирных продуктов, которые трудно съесть аккуратно, а также продуктов, посыпанных сахарной пудрой или порошком какао, и выпечки, содержащей кунжут и мак. Нежелательно подавать продукты, которые могут вызвать аллергическую реакцию, к примеру, кондитерские изделия с медом или орехами, морепродукты в составе канапе или закусок и др.

В деловой обстановке принято предлагать кофе американо и два сорта чая (черный и зеленый).

Когда речь идет не об угощении во время перерыва в переговорах, а об индивидуальной подаче горячих напитков во время других деловых встреч, участникам может быть предложен на выбор чай или кофе в сопровождении сахара и, возможно, сливок. Никакое угощение не подается – только напитки. Также чай или кофе могут быть предложены посетителю в ситуации ожидания по вине принимающей стороны, чтобы сделать ожидание более комфортным.

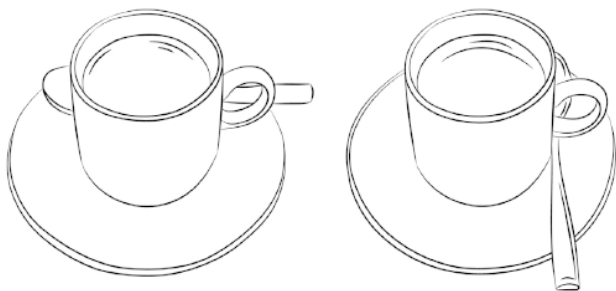
Посуда должна быть белого цвета, без рисунка, лаконичной формы. Желательно иметь два идентичных сервиза – кофейный и чайный, но чаще напитки подают в чашках, подходящих как для кофе, так и для чая, объемом около 170 мл. Приборы – только металл. У присутствующих на встрече не должно возникать никаких сомнений в чистоте посуды и

приборов.

Сахар подается в небольших сахарницах (желательно подавать кусковой сахар). Его берут из сахарницы с помощью щипцов для сахара, а при их отсутствии – рукой. Выкладывать по два кусочка сахара порционно на каждое блюдо считается, как минимум, негигиеничным. Пакетики с сахаром допускаются, но не рекомендуются. Кристаллический сахар на шпажке в офисной обстановке подавать также не рекомендуется. Если дополнительно предлагаются сливки, они ставятся в сливочниках или могут быть поданы сухие сливки в индивидуальных упаковках (жидкие сливки в индивидуальных упаковках подавать не рекомендуется). Постарайтесь подобрать сливочник такой формы, чтобы капли не падали с носика после использования. Сахарницы, щипцы для сахара, держатели с бумажными салфетками и, возможно, сливочники рекомендуется разместить на столе на маленьких подносах так, чтобы при необходимости каждый из присутствующих мог легко до них дотянуться.

Напиток наливают, заполняя чашку на $\frac{2}{3}$ объема, чтобы жидкость не разлилась при подаче или употреблении. Обычная прямоугольная или круглая бумажная салфетка под чашку не кладется. Чашка может выставляться на блюде ручкой вправо или влево. Современная европейская практика показывает, что возможны оба варианта. Ложка может лежать на блюде за чашкой углублением вниз параллельно краю стола, рукояткой вправо или рукоятка ложки может на-

ходиться на пятичасовой отметке, если представить блюдце как циферблат часов.



При индивидуальной подаче напитков первая чашка – руководителю группы гостей, затем руководителю принимающей стороны, далее всем гостям по статусу (это можно понять по их рассадке за столом переговоров) и, наконец, представителям принимающей стороны – также по статусу. Чашки с чаем или кофе (как и все напитки) ставятся с правой стороны. Если на рабочем столе перед сидящим человеком находятся деловые бумаги, чашку ставят справа на свободное место.

Правила поведения за столом

Если чашка стоит ручкой вправо и вы хотите положить са-

хар в напиток, поверните чашку так, чтобы ручка оказалась слева. Далее аккуратно положите в чашку сахар и, придерживая чашку за ручку левой рукой, правой размешайте сахар, взяв ложку с блюда. Это должно быть сделано так, чтобы никто не слышал звуков соприкосновения ложки с дном чашки. Первое правило – ложку не оставляют в чашке. Размешав содержимое, положите ложку в исходное положение на блюде углублением вниз, рукояткой вправо или к себе. При этом не торопитесь быстро убирать ложку на блюдо, чтобы капелька жидкости успела упасть в чашку. Не принято встряхивать ложку или стучать ею о край чашки. Далее чашку снова поворачивают ручкой вправо и пьют из нее, поднимая с блюда, оставленного на столе. Второе правило – чашку рекомендуется держать за ручку тремя пальцами, не продевая пальцы в ушко.

Во время перерыва в переговорах, подходя к столу с угощением, не следует брать много еды на свою тарелку – всегда есть возможность повторно подойти к столу.

Подарки и поздравления в деловом общении

Во всем деловом мире оказание корпоративных знаков внимания давно стало неотъемлемой частью делового общения. С помощью удачно выбранного и правильно врученного подарка можно выразить внимание и уважение к партнерам, наладить и укрепить профессиональные связи. Важно соблюдать определенные правила, регулирующие эту приятную, но непростую часть деловой жизни.

Говоря о подарках и сувенирах для деловых партнеров, следует различать эти понятия. В отличие от подарка, цель сувенира (от франц. *souvenir* – память) – напомнить о какой-либо встрече или событии, и это обычно нечто менее значимое, чем подарок.

Главное современное требование к деловым подаркам – они должны быть корректными по стоимости и максимально персонифицированными. Вопрос обмена подарками следует заранее оговаривать, чтобы подарок не был неожиданностью и не поставил другую сторону в неловкое положение. В некоторых компаниях категорически запрещено делать подарки деловым партнерам и принимать подарки от них.

Желательно, чтобы в компании существовала политика корпоративных подарков и были определены ее внутренние и (или) внешние адресаты. Важно иметь четкие ответы на

вопросы:

- К каким праздникам и значимым событиям дарятся корпоративные подарки?
- Существует ли деление корпоративных подарков по статусу адресатов? Если да, то каковы критерии этой иерархии?
- Есть ли общие требования к корпоративным подаркам?
- Какое подразделение отвечает за эту работу и как оно взаимодействует с другими подразделениями при подготовке и проведении подарочной кампании?

Обращайте внимание на сроки размещения заказов на изготовление подарков (особенно новогодних) и заранее досконально продумывайте логистику.

Правила выбора, вручения и приема подарков

Одним из главных критериев при выборе подарка деловым партнерам является его цена, поскольку слишком дорогой подарок может быть истолкован как взятка. Особенно деликатно нужно подойти к выбору подарков при общении с иностранцами, т. к. во многих компаниях существуют строгие корпоративные правила, определяющие допустимую стоимость принимаемых подарков. Ведь если вы преподнесете подарок, а человек не сможет его принять, то неизбежно возникнет неловкая для обеих сторон ситуация. В ев-

ропейских странах и США любой полученный официально подарок стоимостью более определенной законом и корпоративными стандартами суммы должен быть оформлен соответствующим образом.

Важно учитывать национальные особенности делового общения, к примеру, в европейской и американской деловой практике обмен подарками сведен к минимуму или отсутствует, а при общении с представителями арабских стран или ряда стран Азиатско-Тихоокеанского региона это почти всегда обязательная процедура.

Российское законодательство определяет верхний предел стоимости делового подарка в случае, когда получателем является не конкретное лицо, а компания-партнер (при этом компания-даритель должна составить акт о передаче подарка с указанием его стоимости. Преподнесение подарка по стоимости, превышающей указанную сумму, считается незаконным и влечет за собой негативные правовые последствия для обеих сторон), а также устанавливает ограничения, связанные с приемом подарков для лиц, замещающих государственные, муниципальные должности и пр. Государственным служащим запрещается получать в связи с исполнением ими должностных обязанностей вознаграждения от физических и юридических лиц (подарки, денежное вознаграждение, ссуды, услуги материального характера, плату за развлечения, отдых, за пользование транспортом и иные вознаграждения) за исключением случаев, установленных за-

конодательством Российской Федерации. Подарки, полученные государственными служащими в связи с протокольными мероприятиями, со служебными командировками и с другими официальными мероприятиями признаются федеральной собственностью, собственностью субъекта Российской Федерации, органа местного самоуправления и передаются государственными служащими по акту в государственный орган или орган местного самоуправления, в котором они замещают должности государственной или муниципальной службы, за исключением случаев, установленных законодательством Российской Федерации.

В то же время жизнь любого делового сообщества многогранна и протекает на различных уровнях, поэтому говорить о жестких ценовых пределах на подарки не приходится. И все же, собираясь вручить подарок клиенту или партнеру, заранее узнайте об ограничениях, существующих в конкретной компании по этому вопросу.

Некоторые компании предпочитают не дарить партнерам материальные подарки, а делать благотворительные взносы от их имени, но в нашей стране эта практика широко не распространена.

Процедура вручения подарков в деловой сфере строго не регламентируется. В большинстве случаев во время первой встречи подарки преподносят хозяева, в знак расположенности к гостям и надежды на дальнейшее сотрудничество, но нередко первая встреча проходит без вручения подарка. При

проведении переговоров возможен вариант, когда гости дарят подарок в начале визита, а хозяева – при расставании. Принят также обмен подарками при завершении переговоров или деловой встречи. При обмене подарками важно, чтобы они были равноценными и аналогичными по типу. Если в компаниях есть протокольные службы, за этим соответствием должны следить сотрудники этих отделов. При последующих встречах обмен подарками становится обязательным, особенно если ваши партнеры с Востока. Это делается в интересах укрепления дружественных связей. Позднее, когда партнерские отношения окрепнут, обмен подарками становится необязательным. Любая из сторон может «остановиться», и это будет показателем того, что отношения между сторонами прочны и стабильны.

Подарки деловым партнерам можно разделить на несколько категорий:

- подарки, которые вручают деловым партнерам и клиентам;
- VIP-подарки для руководителей высшего звена;
- подарки компании.

На подарки, предназначенные конкретному лицу, не рекомендуется наносить логотип компании-дарителя, чтобы человек пользовался этим предметом в свое удовольствие, не испытывая неловкости, что рекламирует чужую компанию. Но практика показывает, что брендинг корпорации

тивных подарков очень распространено. Желательно, чтобы изображения были не слишком заметны. На подарки, адресованные компании, в отличие от персональных подарков, может быть нанесена дарственная надпись (гравировка на самом подарке, прикрепление специальной таблички к подарку, памятный адрес). Надпись на подарке, на табличке или в адресе указывает, когда, кем и по какому случаю преподнесен данный подарок.

Важно отслеживать, чтобы подарки не повторялись, поэтому имеет смысл вести учет: что, кому и когда подарено и были ли ответные подарки и какие. Для этого необходимо сформировать адресную базу всех партнеров, с которыми поддерживаются постоянные отношения, и заносить туда информацию. Такой порядок также позволит контролировать затраты и использовать эти данные при формировании бюджета на подарочные программы в будущем.

Универсальные подарки

Разумеется, подарки партнерам, клиентам, руководителям, компаниям, а также коллегам будут сильно отличаться друг от друга. В этом списке несколько возможных вариантов для разных категорий адресатов:

- Цветы дарят деловым партнерам в знак приветствия, в знак благодарности за участие в каком-либо совместном мероприятии, при поздравлении с праздником, юбилеем, в ка-

честве извинения и других особых случаях. Не рекомендуется дарить комнатные растения в качестве делового подарка. Выбирая букет для российских и европейских партнеров, помните правило: если в букете до 12 цветов, желательно нечетное число цветов (13 не дарим). Если букет более объемный, число цветов значения не имеет. Обычно за основу делового букета берется классический букет в декоративном стиле (составленный букет, а не просто срезанные цветы). Для такого букета, учитывая его предназначение, важны колористическое решение (цветовая гамма), выбор формы и размера, подбор цветов и соблюдение правил упаковки. В любом случае гигантомания неактуальна: стебли цветов должны быть короткими, а сам букет – не слишком большим, желательно полусферической формы. Показателем мастерства флориста служит плотность букета – чем свободнее стоят цветы, тем выше мастерство флориста. Считается, что женщинам допустимо преподнести букет, в составе которого есть цветы в бутонах, а мужчинам принято дарить цветы в полном роспуске, но это нюансы, на которые редко обращают внимание. Цветы дарят без упаковки – бумагу, прозрачную пленку и т. п. необходимо снять, но если конструкция букета требует поддержки, то используют натуральные волокна (прессованный лен, рисовую бумагу и т. п.), и в этом случае они не считаются упаковкой, или для поддержки букета используют некрупные листья какого-нибудь экзотического растения. Важно, чтобы букет держал форму, не мял-

ся. Цветы в упаковке вручают только при встрече на вокзале или в аэропорту и если цветы доставляет курьер (в этом случае к букету должна быть приложена визитная карточка дарителя, вложенная в конверт, – анонимные букеты посылать не принято). Чтобы не ошибиться в выборе букета для конкретного адресата, посоветуйтесь с профессиональным флористом.

- Книги (подарочный вариант), в т. ч. художественные и фотоальбомы, любые энциклопедии, словари, справочники в соответствии с интересами адресата или универсальные. Разумеется, речь должна идти о солидном издании. Партнеры оценят и интеллектуальный уровень дарителя и желание порадовать их и преподнести изысканный подарок. Помните, что такие подарки нельзя подписывать – только автор книги может сделать на ней дарственную надпись. В последние годы появилась практика создания корпоративных библиотек и такой подарок будет желанным для всех сотрудников компании.

- Календари (сезонный подарок, который вручают к новогодним праздникам).

- Канцелярские принадлежности высокого качества (к этой категории относятся, как пишут в своих рекламных проспектах брендовые компании, «оригинальные изделия, способные сделать каждый день особенным и торжественным»: записные книжки, органайзеры, ручки, настольные приборы, бювары, прессы для бумаг и т. п.).

- Картины (в т. ч. авторские), скульптуры из различных материалов, репродукции, достойные изделия художественных промыслов, стильные фотографии и рамки для фотографий.

- Посуда (в т. ч. кофейные и чайные пары, наборы посуды для напитков и отдельные бокалы), вазы для цветов, наборы чайных и кофейных ложек и пр.

- Универсальные подарочные сертификаты, предполагающие возможность выбора получателем специфической услуги в соответствии со своим желанием (когда предложение разнообразно: посещение музея, ресторана, мастер-класса или СПА-салона, покупка в книжном или музыкальном магазине, экскурсия и т. д.).

- Билеты в театр, на спортивное мероприятие (заранее уточните интересы человека).

- Шоколадные изделия высокого качества.

Сравнительно недавно CD с записями классической музыки или, если вкусы адресата известны, любимого им солиста или композитора, были хорошим подарком. Но в наше цифровое время компакт-диски, как и другие музыкальные физические носители, переживают эпоху заката. Впрочем, для коллекционеров и любителей музыки с хорошим звучанием диски по-прежнему представляют интерес. Ведь диск — это не только музыка. Это и тактильные ощущения, и текст, и оформление, и, конечно, память о человеке, который вру-

чил подарок. Но к универсальным подаркам они уже не относятся.

Обратите внимание, что гастрономические подарки – отдельная и дискуссионная тема. Слишком много разных нюансов важно учесть, прежде чем сделать такой выбор. Будьте осторожны с вручением гастрономических подарков, связанных с местом проведения делового официального мероприятия, в частности местных деликатесов, т. к. требования безопасности не всегда позволяют преподносить важным персонам такие подарки. Хотя С.В. Лавров и Джон Керри несколько лет назад обменивались картофелем и томатами.

Помните, что преподнесение одного и того же вида подарка не рекомендуется, но книги, цветы и шоколад составляют исключение – их можно дарить повторно.

Неудачные и неприемлемые подарки для деловых партнеров

В рамках делового общения не принято дарить:

- предметы с религиозной символикой (в т. ч. иконы, т. к. они являются предметом культа и по этой причине не могут быть подарком в светском понимании);
- предметы, связанные с плохими приметами: часы, носовые платки, ножи (но в разных культурах могут быть свои особенности), ножницы, зеркала;

- подарки с корпоративной символикой явно рекламного характера;
- подарки «с юмором», т. к. они могут быть неоднозначно истолкованы и поставить получателя подарка в неловкое положение;
- экзотические подарки (к примеру, коробка с живыми бабочками);

Большинство людей редко контролируют свои жесты и позы, а положение ног наименее подвержено сознательному контролю. Привычная поза, когда человек сидит, положив ногу на ногу, говорит о сдержанной или защитной позиции, но, кроме этого, может иметь специфическое национальное толкование. Например, когда представители высшего руководства крупной российской компании были с визитом в Японии, во время беседы в процессе переговоров все они сидели в удобной для себя позе, положив ногу на ногу. И по неизвестной им причине эти переговоры шли очень трудно и нерезультативно, хотя и были очень хорошо подготовлены. Оказалось, что в Японии сидеть, положив ногу на ногу, означает, что собеседник вам неинтересен, а представители нашей стороны об этом не знали.

В.В. Зайцев, генеральный директор КП «Корпорация развития Зеленограда»

- пепельницы, зажигалки и другие курительные принадлежности;

- предметы личного характера (в т. ч. парфюмерия, косметика, галстуки и т. п.);
- алкогольные напитки (возможны исключения);
- деньги.

Упаковка подарка

Будьте внимательны к упаковке, поскольку именно она создает у человека первое впечатление о подарке. Чаще всего используют коробки, пакеты, красивую оберточную бумагу (всегда учитывайте цвет и рисунок бумаги). Элегантно будет смотреться подарок, завернутый в бумагу с логотипом фирмы-дарителя, особенно если и лента, которой он завязан, будет подобрана в тон. Или наоборот – оберточная бумага нейтральная, а лента с логотипом. При этом важно, чтобы человек мог без лишних усилий достать подарок.

В неформальной обстановке, получив подарок лично, рекомендуется сразу раскрыть упаковку: во-первых, даритель ожидает увидеть вашу реакцию, во-вторых, вы сразу поймете, можете ли вы принять этот подарок. В официальной обстановке врученные в упаковке подарки обычно не раскрывают.

Вручение подарка

При вручении подарка статус дарителя должен соответствовать статусу адресата, к примеру, если подарок адресован директору компании, его вручает директор компании-партнера или его первый заместитель.

Подарок не вручают молча или со словами: «Это вам». При вручении подарка произносятся соответствующие слова, подарок вручается с легким поклоном, двумя руками (исключение составляют мелкие предметы, которые неудобно держать двумя руками). Большой по размеру подарок, к примеру картина, может быть принесен к месту вручения ассистентом, но дарящий вручает его из своих рук, а адресат принимает подарок и сразу передает своему помощнику (в этом случае подарок освобождают от упаковочных материалов). Или подарок может лежать на отдельном столе, чтобы даритель мог подвести партнера к столу, показать подарок и сказать несколько слов.

В современной деловой практике нередко обмен протокольными подарками проходит заочно – когда во время официальных мероприятий главы делегаций не дарят друг другу подарки публично, но такой способ обмена подарками с одной стороны, упрощает эту процедуру, а с другой – почти нивелирует ее смысл. В то же время, к примеру, когда планируется вручить подарки всем членам делегации гостей, весьма

удачным является решение не вручать подарки за столом переговоров, а оставить их в номерах гостиницы, чтобы освободить людей от необходимости носить с собой упаковку с подарком.

Как принимать подарок

Подарок принимается со словами благодарности тоже двумя руками. Особенно важно помнить об этом правиле, общаясь с китайцами или японцами. А мусульманам подарок вручают только правой рукой. Принимать от них подарок или что-то другое следует также правой рукой.

Все подарки, независимо от их материальной ценности, следует принимать с одинаковой благодарностью. Принимая подарок, не говорите: «Не стоило так стараться», «Зачем вы так потратились?» или «А у меня это уже есть» и т. п.

Если подарок передан третьим лицом или прислан по почте, обязательно отправьте благодарственное письмо в течение 24 часов после его получения или позвоните дарителю. Повторно поблагодарить в течение суток с помощью письма, SMS-сообщения или сообщения в мессенджере также рекомендуется и в случае, если партнер вручил вам подарок лично.

Отказ от подарка

Отказ от делового подарка – очень ответственный поступок, который, безусловно, должен быть мотивирован. В случае, если подарок вручается лично, следует прежде всего поблагодарить дарящего и только потом объяснить свой отказ, например: «Я очень сожалею, но тем не менее не могу принять ваш подарок по причине его слишком большой стоимости (в соответствии с запретами, которые приняты в нашей компании)».

Если вам преподнесли неприличный подарок, вам не за что благодарить человека и ответ может прозвучать более жестко, к примеру: «Честно говоря, я не знаю, чем вы руководствовались, решив подарить мне это. Думаю, что не нужно объяснять, почему я не могу принять ваш подарок».

В ситуации, когда вам не удалось вернуть подарок лично, отправьте его по почте или с курьером в течение 24 часов, приложив сопроводительное письмо, копию которого обязательно сохраните. Отказывая в письменной форме, важно составить текст письма как можно более корректно, т. к. у вас не будет возможности как при личном общении смягчить свой отказ с помощью интонации и мимики. Вот как можно составить подобное письмо, чтобы не обидеть человека: «Уважаемый...! Получил(а) присланную Вами великолепную вазу, но, к сожалению, по правилам, существующим

в нашей компании, не могу ее принять. Полагаю, вы понимаете, что я вынужден(а) отослать ее обратно, поскольку у меня просто нет выбора. Тем не менее благодарю Вас за проявленное внимание и надеюсь на дальнейшее плодотворное сотрудничество».

В случае, если согласно местным обычаям отказ от подарка будет равносителен неуважению, следует принять его и незамедлительно передать подарок в компанию для решения вопроса о его целевом использовании.

Поздравления

Поздравить с праздником деловых партнеров можно как по телефону (в этом случае позвонить следует за день до праздника, при этом важно, чтобы собеседники были равны по статусу), так и письменно, с помощью письма-поздравления или открытки. Письменное поздравление более предпочтительно. Письмо-поздравление направляется в торжественных случаях, связанных с важными событиями в жизни компании-партнера или конкретного человека, а открытки принято посылать к традиционным праздникам. Такое простое действие, как направление открытки деловым партнерам, может оказать положительное влияние на ваши отношения – это особый знак уважения: вы дарите адресатам не только свои слова, но и свое настроение, свой труд и свое время. К тому же, в отличие от устного поздравления, у

них останется вещественное доказательство вашего внимания, и если это будут, к примеру, англичане, они непременно разместят вашу рождественскую открытку на специальном стенде в офисе. Существует и третий вариант поздравления – с помощью визитной карточки, в левом нижнем углу которой следует написать буквы французского алфавита, обозначающие поздравления, – p.f. (pour féliciter). В этом случае карточку принято вложить в конверт, с указанием того, кому она адресована. Но, согласитесь, что такой вариант поздравления слишком холоден и вряд ли будет способствовать созданию праздничного настроения у ваших адресатов.

Поздравительные открытки

Подарить открытку к празднику можно и персоналу компании, и деловым партнерам, и клиентам. Элегантная, оригинальная по содержанию (не только обычные пожелания, но и те, исполнение которых для адресата особенно желательно) открытка запомнится надолго, и эффект от такого поздравления может быть значительно большим, чем от дорогого или формального подарка.

Выбор открытки

Можно купить готовую открытку или изготовить ее на заказ. Преимущества первого варианта – огромный выбор,

невысокая стоимость, возможность быстрого приобретения и пр., но главный минус в том, что ваш адресат может получить пару таких же открыток от кого-то еще, и тогда ваше поздравление будет безликим.

Изготовление индивидуальных открыток требует больше времени и стоит дороже, но ведь речь в данном случае идет не только о цене заказа. Промежуточный вариант – обращение в крупную компанию по продаже открыток с целью подбора готовых открыток, но выпущенных небольшими тиражами и не поступающих в широкую продажу. В соответствии с вашим заказом на такой открытке могут быть напечатаны атрибуты корпоративной символики, необходимый текст, а также будут подобраны соответствующие конверты.

Помните, что не принято дарить открытку без конверта.

Выбирая, к примеру, новогоднюю открытку для коллег или деловых партнеров, необходимо исключить изображения Деда Мороза, Снегурочки, животных и птиц. Откажитесь также от изображений бокалов и бутылок с шампанским, православных образов, лубочных штампов, сказочных персонажей. Наиболее элегантно смотрятся открытки с изображением красивого пейзажа.

Важна оригинальность открытки – в этом случае ваше поздравление действительно запомнят (например, необычная бумага, элементы ручной работы, ароматизированная открытка, шоколадная открытка, металлическая или деревян-

ная открытка, открытка-спираль или открытка-трансформер).

Текст открытки

Любое поздравление состоит из приветствия, поздравления и пожелания. Обращаться к российским партнерам принято по имени и отчеству или по имени, например: «Уважаемый Иван Иванович/Иван!» Если открытка адресована всему коллективу, то используют обращения «Уважаемые сотрудники компании N!», «Уважаемые господа!» (а не «дамы и господа» как в английском языке), «Уважаемые (дорогие) коллеги!». При обращении к иностранному партнеру используют клише «Уважаемый господин N!» или «Дорогой Джон!» в зависимости от близости отношений между партнерами.

Если речь идет о новогодних поздравлениях, традиционно Рождество и Новый год объединяются в один праздник, поэтому в поздравлении принято упоминать оба эти события. Католиков и протестантов сначала поздравляют с Рождеством, а затем с Новым годом, православных (с учетом специфики православного календаря) – наоборот. Если вы направляете поздравление в мультинациональную компанию или вам известно, что адресаты придерживаются другой веры или атеисты, поздравления с Рождеством будут неуместны, поэтому следует ограничиться поздравлением со

светским праздником – Новым годом. Также следует поступить в неясной ситуации. Текст открытки должен включать только одно упоминание слова «поздравляю» («поздравляем»).

Кроме универсальных пожеланий (исполнения желаний, здоровья и благополучия, счастья, удачи) коллегам принято желать новых свершений на благо компании, профессионального развития, партнерам – успешного и стабильного бизнеса, профессиональных достижений.

Подписываются открытки от имени конкретного лица. Под коллективным поздравлением следует подписываться «Коллектив компании N».

Желательно выбрать открытку без напечатанного текста, а написать индивидуальное поздравление. На открытках с типографским текстом к имеющимся пожеланиям следует добавить несколько рукописных строк – как минимум приветствие и заключительную фразу или приписку «С наилучшими пожеланиями» или «Искренне Ваш». Подпись также всегда ставится от руки.

Для иностранных партнеров поздравления пишутся на языке страны, в которую отправляется открытка (что предпочтительнее) или на английском языке. Важно обратить внимание на качество перевода с учетом национальных особенностей и оборотов речи.

Поздравительные открытки отправляются заранее, чтобы ваше поздравление пришло к адресату вовремя. С развитием

технологий использование электронных средств связи для поздравлений стало нормой, но почтовые отправления – по-прежнему знак особого внимания и уважения.

Глава 2. Имидж делового человека

Внешний вид и первое впечатление

Независимо от специфики вашей работы одежда должна соответствовать общепринятому стилю компании и ожиданиям людей, с которыми вы взаимодействуете. Окружающие воспринимают нас такими, какими видят, а видят они то, что мы им показываем. В восьми случаях из десяти человек воспринимает другого человека по впечатлению о внешнем виде. Поэтому имеет смысл помнить поговорку: «Встречают по одежке, провожают по уму» (но обратите внимание, что и выбор одежды определяется умом).

Удачный имидж подчеркнет максимум того, что есть в вас положительного, придаст вам больше уверенности в себе, в своих силах. Важно испытывать эти чувства каждый день. Нельзя пренебрегать такими возможностями, поэтому рекомендуется ежедневно одеваться так, чтобы всегда выглядеть безупречно независимо от ситуации. И если вы придерживаетесь одного стиля в одежде, это производит впечатление стабильности. А постоянство внушает доверие.

Но удачный имидж заключается не только в том, что люди заметят ваш отличный костюм или элегантный галстук. Суть в том, что окружающие прежде всего заметят вас и при этом

едва ли потом вспомнят, как конкретно вы были одеты. У них останется в памяти лишь впечатление, что вы выглядели очень привлекательно. Известный кутюрье Джорджо Армани сказал: «Элегантность – это не когда вас заметили, а когда вас запомнили».

Составляющие имиджа

Ваш имидж (от англ. image – образ, изображение) складывается из нескольких параметров. Именно на них обращает внимание незнакомый человек, впервые вас увидев:

- Одежда, прическа, аксессуары показывают, что вы хотите сказать о себе. Выбор, который вы делаете, создавая свой собственный стиль, формирует определенное мнение о вас. Ваш внешний вид говорит окружающим о ваших материальных возможностях, эстетическом вкусе, о ваших личностных качествах – неряшливости или аккуратности, экстравагантности или скромности и пр., но главное – свидетельствует о вашем отношении к социальным нормам и условностям, т. е. уважении к окружающим людям. Подбирая для себя одежду, прическу и аксессуары, важно думать не о моде, а о стиле. Стиль – это прежде всего гармония между личностью и окружающим миром, некий баланс самоощущения и ощущения себя во внешней среде. Или он есть, или его нет, и неважно – мужчина вы или женщина.

- Лицо – его выражение (открытость, улыбка) и состояние

кожи (признак здоровья человека или его отсутствия).

- Позы и жесты, движения головы, походка, осанка – спокойные, естественные, плавные или наоборот.
- Голос – хорошая дикция, приятная интонация, сила или отрицательные характеристики.
- Стил ь беседы – конструктивный, демонстрирующий знание риторических приемов, умение задавать вопросы и отвечать на них, активное слушание или неумение слушать и поддерживать беседу.
- Общее настроение, идущее от человека, и его эмоциональное состояние – доброжелательность и оптимизм или раздражение и агрессивность.

Если мы хотим, чтобы наша внешность работала на нас, следует подумать о ней и отнестись к этому серьезно. Американские имиджмейкеры не устают повторять: «Хотите произвести впечатление – одевайтесь!» Когда человек не одет, он не производит хорошего впечатления на окружающих, его не уважают, он не уверен в себе и его самооценка падает, наконец, он теряет деньги – свои и компании, которую он представляет. В первую очередь внешний вид должен внушать доверие партнерам. Согласитесь, если сотрудник компании, представляющий противоположную сторону на переговорах, одет в старомодный и изношенный костюм, плохо подстрижен и неухожен, велика вероятность того, что партнеры могут сделать вывод не только о том, что перед ними

человек, у которого материальные проблемы и подавленное настроение, о чем свидетельствует его внешний вид. Они могут задуматься – стоит ли вообще вступать в переговоры с этой компанией, если ее представители производят подобное впечатление. Сам факт, что партнеры могут прийти к подобным размышлениям, – очень плохой знак. Такое досадное несоответствие внешнего вида и ситуации при прочих равных условиях может стоить выгодного контракта.

Стройная фигура, здоровая кожа, ухоженные руки, элегантная прическа сегодня являются такими же атрибутами благосостояния и успешности, как дорогие часы, имиджевый смартфон или автомобиль представительского класса.

Места повышенного внимания окружающих

Когда мы впервые видим кого-то, у нас бессознательно срабатывает механизм моментальной оценки, и мы без обдумывания сразу принимаем для себя решение: нравится – не нравится. «Львиная доля» в этой ситуации приходится на внешний вид человека, т. к. в те секунды, когда происходит эта оценка, человек еще может не произнести ни одного слова.

В момент первого знакомства наиболее значимыми являются открытые зоны: лицо и прическа, основание шеи и руки, а также закрытая зона – обувь. По мнению экспертов,

последовательность оценки внешнего вида такова: сначала идет оценка общего силуэта, далее обуви, затем лица, причёски и, наконец, рук.

Обувь

Значение обуви при формировании имиджа трудно переоценить, поэтому выбирать ее следует очень тщательно. Дешевые или поношенные туфли любой имидж сводят к нулю. Люди, которые покупают дешевую обувь, лишают себя удовольствия прекрасно выглядеть и комфортно себя чувствовать. Главное требование к обуви – удобство, прочность и долговечность.

Лицо и причёска

Очень важно иметь ухоженную внешность – красивую кожу, хорошо подстриженные волосы, хорошие зубы. Чтобы уход за внешностью был эффективным, он должен войти в привычку. Важно выглядеть хорошо всегда, а не «по случаю». Это относится и к мужчинам, и к женщинам.

Эксперты настоятельно рекомендуют женщинам пользоваться различными видами декоративной косметики. Женщины, отвергающие макияж, ставят себя в худшие условия по сравнению с теми, кто умело им пользуется, т. к. про-

изводят впечатление менее авторитетных. Дневной макияж должен быть легким. При хорошем макияже кожа будет выглядеть свежей, здоровой и естественной. Макияж выполнит свою задачу только тогда, когда он подчеркнет черты лица, поможет скрыть мелкие недостатки и выявить достоинства. Пользуясь декоративной косметикой, надо помнить о возрасте, форме лица, стиле и чувстве меры. При возможности покупайте косметику высокого качества.

Визажисты считают, что оживляют лицо помада и тени, а не румяна, которые в основном используются для коррекции формы лица. К глазам «холодных» цветов (серые, голубые) подбирают «теплые» тени, а для глаз «теплых» цветов (карие) – наоборот. Важно выбрать наилучший оттенок губной помады. Тени и помаду с легким блеском рекомендует-ся использовать осторожно – они подчеркивают морщины. Желательно выделять либо глаза, либо губы.

Прическа играет важную роль в формировании имиджа человека. Неправильно подобранная прическа может сделать более заметными небольшие недостатки, присущие почти каждому лицу. И наоборот, умело подобранная и хорошо выполненная прическа сгладит недостатки, подчеркнет привлекательность лица. Прическа может быть с челкой или без челки, симметричной или асимметричной, с открытыми или закрытыми ушами и пр., но важно, чтобы она имела четкие очертания и ее форма, с одной стороны, базировалась на классике, а с другой – учитывала модные тенденции. Следи-

те за чистотой волос. Также важна хорошая укладка волос любой длины. Главное – исключить небрежность.

Стричь волосы любой длины необходимо не реже раза в месяц, а тем, у кого короткая стрижка, рекомендуется подравнивать виски не реже раза в неделю: некоторые незначительные затраты времени, но результат того стоит.

Существует три основных типа причесок, которые используются при создании делового имиджа:

- Обратные прически – в этом случае все волосы зачесываются назад. Это самый распространенный тип, который одинаково хорошо подходит и мужчинам, и женщинам. Прически этого типа могут выполняться и на длинных, и на коротких волосах.

- Ацентральные (ниспадающие) прически – волосы направлены от макушки в разные стороны соответственно их естественному росту. Прически этого типа могут быть выполнены из волос разной длины и подходят мужчинам и женщинам.

- Концентрированные прически – волосы, включая волосы с нижней части затылка и шеи, зачесываются к макушке. Волосы для причесок этого типа должны быть достаточно длинными. Такие прически подходят только для женщин.



Если длина волос не ниже плеч, в деловой обстановке женщины могут ходить с распущенными волосами, но более длинные волосы рекомендуется укладывать в прическу, причем предпочтение отдается низкому хвосту, пучку и другим формам. Придерживаясь этой рекомендации, женщина будет подчеркивать свой профессионализм, а оставляя волосы распущенными – женственность. И для управления впечатлением важно понимать, какой образ вы хотите создать в глазах окружающих. Рекомендуется использовать элегантные заколки для волос. Модели со стразами и другим блестящим декором, махровые спортивные резинки в деловой обстановке неуместны.

Цвет волос – естественный, одного тона, возможны мягкие оттенки и переходы. Рекомендуется закрашивание седых волос, хотя некоторым женщинам идет седина. Недопустимы неокрашенные корни волос – это всегда производит негативное впечатление.

Современные мужчины носят прически разной длины от так называемой «короткий затылок и виски» (все еще преобладающей в консервативных кругах) до умеренно длинных волос, не говоря уже о бритой голове, и свободны в своем выборе. Деловым мужчинам не рекомендуется красить волосы, но есть немало мужчин, которые не хотят мириться с возрастом. Борода и усы – также выбор мужчины, но важно понимать, что отрастить бороду и (или) усы это не одно и то же, что носить бороду и усы. За ними необходимо ежедневно тщательно ухаживать. Кроме того, борода визуально не только добавляет возраста, но и уменьшает рост, поэтому невысоким мужчинам следует подумать, нужна ли им борода? Стилисты считают, что выбор формы зависит от формы лица (в частности, подбородка) и цвета волос: брюнетам – менее солидная растительность, а блондинам – более широкие и густые формы. В любом случае борода не должна быть слишком объемной, а усы не должны закрывать верхнюю губу.

Основание шеи и руки

Внимание сосредоточивается на воротнике сорочки и галстук у мужчин или аксессуарах в области шеи у женщин.

Руки также находятся на виду. По ухоженности кожи рук и ногтей часто судят о человеке. Всем известно, что именно руки выдают возраст дамы и ее социальный статус. Очень

часто мужчины проигрывают из-за неухоженности ногтей и сухой кожи рук. В деловой обстановке маникюр считается обязательным. Если говорить о покрытии, то женщинам желательно выбрать французский маникюр, воспользоваться прозрачным бесцветным лаком, пастельными оттенками или классическим красным. Черные, синие, зеленые, желтые и т. п. цвета, разноцветные ногти, ногти, покрытые лаком с зеркальным блеском, в деловой обстановке слишком заметны. И хотя нейл-индустрия «кричит» о трендах и новинках, постарайтесь не появляться на работе с нанесенным на ногти ярким рисунком, аппликациями или кольцами на ногтях. Длина ногтей в деловой обстановке не должна превышать 2–3 мм. Мужчинам рекомендуется ограничиться маникюром без покрытия или нанести на ногти защитное матовое покрытие.

Деловой стиль в одежде

Как метко заметил всемирно известный историк моды Александр Васильев: «У нас не одеваются, у нас наряжаются», поэтому важно помнить о том, что на работу приходят не для того, чтобы демонстрировать свои туалеты и украшения. Основная проблема заключается в том, что в большинстве случаев в деловой одежде отсутствует стилевое единство. К сожалению, слишком часто и слишком смело деловой стиль смешивается со спортивным, романтическим, вечерним или стилем casual. Ваш внешний вид должен отражать ваше положение на работе или даже повышать ваш статус. При этом выглядеть нужно так, чтобы ваши деловые и профессиональные качества были заметнее, чем внешний вид.

Деловой стиль – понятие внесезонное. Меняться может лишь толщина костюмной ткани и цвета одежды и аксессуаров. В последние годы деловой стиль одежды стал свободнее и утратил жесткие стандарты, которые существовали еще несколько лет назад. Конечно, сейчас все быстро трансформируется, однако классический стиль вас никогда не подведет – он неподвластен времени. Ориентируйтесь на дресс-коды, принятые в деловой среде (доверяйте проверенным источникам, т. к. часто информация бывает противоречива).

Отмечу, что многие люди, услышав о дресс-кодах, заяв-

ляют, что формула безнадежно устарела, и часто расценивают рекомендацию следовать этим указаниям как ограничение личной свободы и права на самовыражение. Аргументируя тем, что даже самые статусные мировые персоны и первые леди на официальных мероприятиях позволяют себе нарушать требования дресс-кода. Но стоит попробовать взглянуть на дресс-коды по-другому – как на путеводную звезду, которая будет вести вас, и вы никогда не сойдёте с пути. При этом оставаясь элегантными и не теряя своей индивидуальности. Просто каждый раз, выходя из дома в той или иной одежде, четко представляйте:

- на какое мероприятие вы идёте;
- когда и где оно будет проходить;
- кто будет участвовать в этом мероприятии;
- что вы собираетесь сказать своим внешним видом;
- кому адресовано ваше послание и как вас может воспринять целевая аудитория;
- какова ваша цель и какую задачу вы собираетесь решить.

Основные требования к деловому костюму

Важно, чтобы деловая одежда была современного покроя. Это правило относится и к обуви. Но если вы, собираясь на работу, наденете костюм остромодного покроя, вы можете нанести урон своему имиджу. У англичан существует пого-

ворка, что настоящий джентльмен должен всегда идти на шаг позади моды. Джордж Бернارد Шоу говорил: «Не следить за модой глупо, следить – смешно».

Определяющим должно стать не количество, а качество одежды. Помните, что качество всегда и везде узнаваемо. Лучше иметь один-два костюма, но отменного качества и безупречного покроя. Главное правило – минимум вещей, максимум комбинаций. Это даст вам возможность сэкономить и время, и деньги. Важно, чтобы базовый гардероб был взаимозаменяемым, но, несмотря на возможность комбинирования, в формальной обстановке носят костюмы, сшитые из одной ткани.

Одежда должна хорошо на вас выглядеть: быть подогнанной по фигуре, вам идти. Высокая цена изделия может быть оправданна, т. к. в стоимость входит то удовольствие, которое эта вещь будет вам доставлять.

Главными требованиями к одежде являются:

- опрятность, привлекательность и элегантность;
- соответствие месту, времени и ситуации.

Посмотрите на свой гардероб как на инвестицию, которая принесет вам дивиденды в будущем – уверенность в себе и то влияние, которое вы сможете оказывать на окружающих. В большинстве случаев вместе с профессиональным ростом изменяется и внешний вид сотрудника – качество одежды становится выше, а стиль – более утонченным.

Рекомендации и недопустимые ошибки

Рекомендации

Выбор фасона и цвета костюма во многом зависит от сферы профессиональной деятельности. Политика, государственная служба, финансы, консалтинг, юриспруденция и т. п. обязывают более строго соблюдать требования дресс-кода, а представители других профессий могут позволить себе бóльшую свободу в выборе фасонов и цветов одежды. Сотрудники министерства или банка будут одеты иначе, чем консультанты в модном шоу-руме или арт-галерее. Предлагаемые рекомендации не связаны с конкретным дресс-кодом, но, руководствуясь ими, в любой профессиональной среде, где принят деловой стиль одежды, вы будете выглядеть хорошо одетыми.

Несмотря на изменения, происходящие в деловом стиле одежды, по-прежнему базовыми цветами для делового костюма как мужского, так и женского остаются синий и серый. И если синий цвет элегантно смотрится и днем, и вечером, то серый – фаворит дня. Именно благодаря своей сдержанности и нейтральности серый цвет акцентирует внимание на лице. Темные оттенки синего и серого цветов являются универсальными и подходят для самых официальных

мероприятий. Женщинам рекомендуется выбирать сложные цвета (например, не чисто серый, а серо-голубой и т. п.), а также учитывать фактуру ткани, т. е. то, что сможет украсить строгий фасон или неброский цвет. Эксперты считают, что и мужчинам, и женщинам костюмы черного цвета лучше надевать после 18 часов на вечерние мероприятия, т. к. днем черный цвет выглядит менее элегантно, хотя многие женщины часто носят черные костюмы в течение дня. Белый цвет в деловом гардеробе идеально подходит для мужских сорочек и женских блузок. Другие светлые и яркие цвета также присутствуют в деловой одежде и аксессуарах.

Ткани для деловой одежды должны быть хорошего качества, мягкими, достаточно прочными и иметь матовую поверхность. Основными тканями для мужской и женской деловой одежды являются шерсть, из которой шьют костюмы, платья, верхнюю одежду, хлопок, который используется для шитья мужских сорочек и женских блузок и шелк, из которого шьют мужские галстуки, женские блузки, платки. Большой популярностью пользуются трикотажные ткани, и, если дресс-код позволяет, вы можете носить трикотажные вещи, но они должны быть исключительно высокого качества и по дизайну, и по исполнению. Допускается только фабричный трикотаж. А от тканей с блеском, а также от шифона, органзы, гипюра, кружевных тканей и т. п. в деловой обстановке следует отказаться.

Всегда продумывайте костюм целиком, все предметы

одежды должны дополнять друг друга, и ни один из них не должен подавлять остальные. Необходимо стремиться к чистоте линий, правильным пропорциям, использованию благородных материалов, гармоничному сочетанию цветов. Костюм всегда должен быть тщательно отглаженным, мужская сорочка или женская блузка – свежей.

Правило не приходить на работу в одном костюме два дня подряд уже не соблюдается, но, к примеру, в США считается, что если женщина появилась на следующий день в том же костюме, в котором была вчера, – значит, она не ночевала дома.

В деловой обстановке и мужчинам, и женщинам рекомендуется носить пальто (зимние и демисезонные) или плащи. В качестве исключения в очень холодную погоду женщины могут надеть облегченную шубу элегантного фасона из коротковорсовых мехов. Важно, чтобы женская верхняя одежда полностью закрывала платье, а мужская как минимум пиджак.

В мужской моде существует направление, в соответствии с которым образ «мужчины в костюме» не требует в обязательном порядке пиджачной пары. Считается, что выглядеть успешным и позитивным можно и в удобном трикотаже – только в очень качественном и дорогом. Допускается заменить пиджак кардиганом или высококачественным пуловером с V-образным вырезом (их носят поверх сорочки в сочетании с галстуком), но брюки в любом случае должны быть

костюмными, а точнее – непарными. Этот термин означает, что брюки сшиты из шерсти, как и костюмные брюки, но не имеют парного пиджака. Это самостоятельный вид одежды. Важно отметить, что такая форма одежды считается условно деловой и допустима лишь в те дни, когда у человека не запланировано официальных встреч или мероприятий. Обратите внимание, что такая комбинация никогда не может быть формой одежды менеджеров высшего звена. Но мой совет – никогда не отказывайтесь от костюма – отлично сшитый костюм ощущается как вторая кожа и не вызывает никакого дискомфорта. Более того, он наделяет человека ощущением полной свободы. Так, по крайней мере, утверждают все, кто носит такие костюмы. Но чтобы понять вещи такого класса, их действительно надо носить.

Недопустимые ошибки

- Мятая или загрязненная одежда.
- Обтягивающая одежда.
- Одежда с надписями или картинками.
- Короткие юбки, юбки с разрезами, с воланами, углами, ассиметричными деталями и т. п.
- Глубокое декольте.
- Ткани так называемых «кислотных» цветов.
- Вязанные вручную вещи.
- Неоформленная линия плеча.

- Одежда с люрексом, стеклярусом, пайетками, бисером, стразами.
- Видимая подкладка.
- Одежда из прозрачных тканей, через которые видно белье и тело.
- Узкие брюки, короткие шорты.
- Мужские сорочки ярких или темных цветов.
- Мужские сорочки с коротким рукавом.
- Обувь белого, золотого, серебряного цвета.
- Нечищенная обувь или обувь со сбитыми каблуками.
- Короткие или спустившиеся носки.
- Хождение со «стрелкой» на чулках.
- Белые перчатки.
- Белые носки.
- Белые шарфы (у мужчин).
- Черные галстуки в дневное время (кроме траурных мероприятий).
- Куртки, ветровки, пуховики, шубы из длинноворсовых мехов.

Не превращайте пиджак в портфель, набивая его разными предметами и документами. Не кладите в нагрудный карман пиджака очки, ручку, карандаш, носовой платок и другие предметы, а также не носите тяжелые или объемные предметы в карманах брюк.

Заботиться о своем внешнем виде необходимо, но при-

водить себя в порядок можно только дома или в специальных местах, предназначенных для этих целей. Неуместно чистить зубы зубочисткой, стричь или полировать ногти, причесываться или пользоваться лаком для волос или ногтей в офисных помещениях, а также использовать антистатик или средства для ухода за обувью на рабочем месте.

И, разумеется, крайне важно заботиться о личной гигиене. Ежедневный душ, уход за зубами, ногтями и за волосами, смена белья обязательны для любого человека. Следует постоянно контролировать запахи своего тела, чтобы всегда чувствовать себя уверенно.

Элементы делового костюма мужчин и женщин

Мужчины

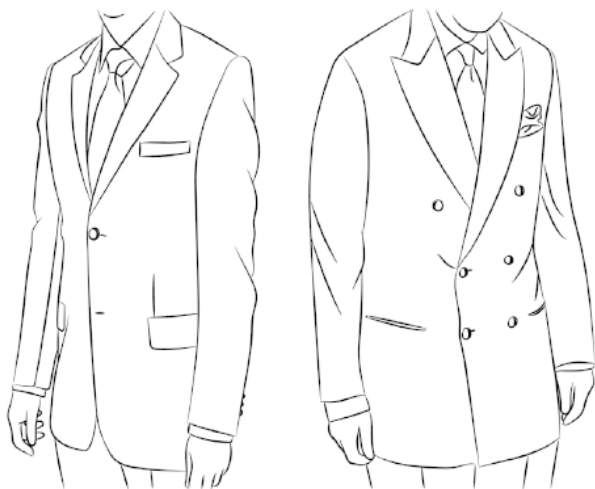
«Мужская элегантность незыблема, как скала», – писала баронесса Надин де Ротшильд. С основными цветами и фасонами мужских костюмов, сорочек и классических пальто почти ничего не происходит. Действительно, классика мало меняется по форме. На протяжении последних ста с лишним лет требования к мужскому деловому костюму остаются прежними и выбор, конечно, невелик: пиджак, сорочка, брюки, (галстук, туфли), но их сочетания дают большую свободу для маневра. И если присмотреться внимательно, невозможно не заметить, что мужской деловой костюм изменился качественно. Мужская классика сегодня – это высочайшее качество ткани, умеренность в объемах и утонченность в деталях. Мелкие детали, например, петли для пуговиц из чистого шелка, пуговицы из настоящего рога или перламутра придают образу уникальность и являются тайными знаками для знатоков. Современная тенденция – традиции в эволюции. Вот что говорит представитель итальянского бренда, знающий все о высоком качестве и портновском искусстве, Кристиано Корнелиани: «Эволюция отношения мужчины к своему гардеробу состоит в первую очередь в том, что он стал открыт цветам – мужчина по-преж-

нему стремиться к элегантности, но уже не такой консервативной, как раньше. Некоторые детали – галстуки, обувь – стали оптимистичнее. Это все тот же темно-синий костюм, но уже с яркими аксессуарами». Чтобы соответствовать современному темпу жизни, нужна универсальность, размывающая границы между строгостью и неформальностью одежды. Но важно адекватно оценивать ситуацию и понимать, какая форма одежды будет уместна для каждой деловой встречи. Если вы одеваетесь в одном стиле с коллегами, но с чуть большим вкусом, это дает вам преимущество, где бы вы ни работали. Помните, что вкус и чувство стиля в большинстве случаев – процесс накопительный.

Мужской деловой костюм

Костюм должен мужчину украшать. Хорошо сшитый костюм убирает сутулость, лишний вес, усталость. Костюм не сделает вас модным, но он может сделать вас элегантным и подчеркнуть индивидуальность. Очень важно, чтобы костюм сидел по фигуре человека, точно соблюдая контуры его тела, но при этом не сковывал движений. А также, чтобы костюм не делал человека бесформенным, чтобы рукав пиджака не был длинным и широким, а брюки должны быть правильной длины. Элегантность в том и состоит, чтобы соединить комфорт и красоту. Кроме этого, костюм нужно уметь носить. Выбирая костюм, ищите то, что подходит именно вам, учи-

тывая свой рост и особенности фигуры. Обращайте внимание на такие детали, как две или три пуговицы или одна или две шлицы, на форму брюк. Костюмы классического стиля будут служить вам много лет и при этом всегда выглядеть современно. Считается, что у мужчины, который ежедневно ходит на работу, должно быть не менее трех костюмов из однотонной ткани.



Главным в мужском гардеробе является пиджак. Один великий портной говорил, что именно «пиджак <...> держит мужчину», и это справедливо. Пиджак должен быть хорошо

скроен и хорошо сшит, следовательно, он должен хорошо сидеть. Верх изящества – приталенный пиджак, но такой крой подходит только стройным мужчинам. Если у мужчины явно лишний вес, следует избегать в покрое пиджака всего, что может усилить впечатление полноты.



Пиджаки бывают однобортные (с одним рядом пуговиц) и двубортные (с двумя рядами пуговиц). Учитывайте, что двубортный пиджак подходит для высоких мужчин с нормальным телосложением. Полным и низкорослым мужчинам такой фасон не подходит. Двубортный пиджак носят застегнутым, но нижнюю пуговицу можно расстегнуть.

Беспоиригным вариантом стилисты считают однобортный пиджак с застежкой на две или три пуговицы, с двумя шлицами и прямыми прорезными карманами.

В официальной обстановке мужской пиджак должен быть застегнут, но нижнюю пуговицу однобортного пиджака никогда не застегивают! Застегивая пиджак, используйте только верхнюю (из двух) или среднюю (из трех) пуговицу. Обратите внимание, что иногда верхняя из трех пуговиц тоже застегивается – это зависит от кроя пиджака. Расстегивайте пуговицу (пуговицы), когда садитесь, – иначе будет неудобно и вы можете помять спинку пиджака. Вставая, мужчина должен застегнуть пуговицу (пуговицы) пиджака.

По классическим канонам длина пиджака определяется длиной рук. Максимальная длина пиджака – до середины или до основания большого пальца свободно опущенной руки мужчины. Длина пиджака оптически не должна укорачивать длину ног. Правильно выбранный пиджак не подминается, когда в нем садятся. Рукав пиджака не должен закрывать кисть. Оптимальная длина – до косточки на запястье.

Лацканы пиджака должны плотно прилегать к груди. Правильно скроенный пиджак не заминается под воротником, когда мужчина сидит. Большинство пиджаков имеют шлицы – одну или две. При застегнутом пиджаке они должны оставаться закрытыми. Если они раскрываются, то пиджак вам тесен.



Расстегивающиеся пуговицы на рукаве пиджака – не главный, но самый заметный знак того, что костюм сшит на за-

каз. В костюмах массового производства это чисто декоративный элемент и петли защиты, просто отстрочены. Расстегивать нижнюю пуговицу или нет – личный выбор владельца, зависящий от его тщеславия, если только не предположить, что владелец этого костюма недавно подворачивал рукава сорочки и пиджака, чтобы вымыть руки, а потом (совершенно случайно) забыл застегнуть последнюю пуговицу.

Никогда не сочетайте классический костюмный пиджак с джинсами. Для этого есть пиджаки в спортивном стиле.

Классические брюки – со стрелками. Стрелки должны быть хорошо отутюжены. Мужские брюки могут быть с отворотами и без них. Выбор зависит от личного вкуса. Ширина отворотов варьируется между 3 и 5 см. Существует так называемый «парижский вариант» – брюки с полуотворотом спереди (только спереди). Брюки, имеющие отвороты, подшивают ровно по всей длине. Такие брюки всегда бывают чуть короче, чем брюки без отворотов. Невысоким мужчинам не рекомендуется носить брюки с отворотами, поскольку они визуально укорачивают длину ноги. К тому же отвороты на брюках – дань моде, а мода изменчива. Брюки без отворотов – английская классика. Длина брюк зависит от их ширины. Минимальная длина – низ зауженных брюк слегка касается верха обуви, максимальная длина – верхняя часть прямых брюк слегка касается ботинка, а скошенная нижняя часть брюк охватывает его, немного не доходя до начала каблука обуви. Основной принцип при выборе длины брюк (как и в

случае с рукавами пиджака) – лучше чуть короче, чем длиннее. Брюки всегда продаются неподшитыми, чтобы мужчина мог примерить их с обувью и подобрать оптимальную длину. Есть люди, которым больше подходят широкие брюки, а кому-то идут узкие. По мнению профессиональных портных, мужчинам важнее ориентироваться на индивидуальные фасоны, соответствующие их собственным пропорциям, а не на модные тенденции. Считается, что ширина костюмных брюк в сложенном виде по нижнему краю не должна превышать $\frac{3}{4}$ длины обуви, но и не должна быть узкой. Крайне неэлегантно смотрятся мужчины в очень узких брюках, когда икры обтянуты тканью, которая вдобавок собрана в гармошку.



Совет: при покупке костюма походите в нем 10–15 минут, посидите на стуле, в кресле, поприседайте, поднимите руки – вас ничего не должно смущать или сковывать. После покупки походите в новом костюме дома, сделайте его «своим», потому что носить слишком новую, только с витрины вещь просто неудобно.

Все современные офисы давно имеют систему центрального отопления, а автомобили – кондиционеры, поэтому необходимость в жилете как в дополнительном слое одежды давно неактуальна, но некоторые мужчины по-прежнему отдают предпочтение костюмам-тройкам.

Ткань

Идеальным материалом для классического мужского костюма остается камвольная шерсть (предпочтительно меринос) средней плотности. Именно из нее делают стопроцентные шерстяные ткани категории super, т. к. ее волокна очищены и откалиброваны, чего нельзя сказать о суконной шерсти. Это предпочтение объясняется натуральным происхождением волокна, хорошими теплоизоляционными свойствами и прочностью ткани. Благодаря своей природной эластичности волокна шерсти устойчивы к износу и выдерживают в среднем до 20 000 изгибов (волокна хлопка, к примеру, ломаются примерно после 3200 изгибов). Коэффициент кручения нити в диапазоне от Super 100'S до Super 230'S обозначает толщину волокон, из которых ткань соткана, но не имеет отношения к ее плотности. Чем выше число, тем тоньше ткань. Почти невесомое шерстяное волокно Super 230'S придает летней костюмной ткани особое изящество, но такая роскошная ткань слишком тонка и непригодна для ежедневной носки. Для деловых костюмов лучше выбирать ткани с более низким значением S. Плотность ткани (вес в расчете на погонный метр) имеет региональные отличия. К примеру, в Англии «летней плотностью» является вес 280–320 г, а в Италии ткань будет считаться легкой (leggero) только если весит 230 г и меньше. Существует много видов так назы-

ваемой холодной шерсти – «дышащей», пропускающей воздух ткани, в костюмах из которой прохладно даже в жару. Если вы не шьете костюм на заказ, а покупаете готовую модель, обязательно перед покупкой посмотрите состав ткани и проверьте ее, смяв в руке, чтобы не образовалось заметных заломов.

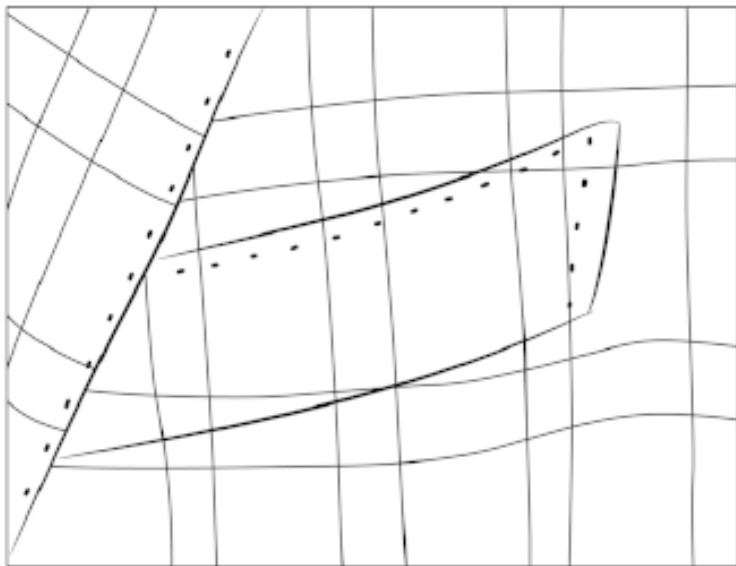
Цвет

Помните, что темные и средние оттенки синего и серого цветов являются универсальными (вне сезона). Темно-синий и темно-серый цвета могут быть достаточно глубокими, но, повторю, что мужчинам черные костюмы в течение дня носить не рекомендуется. Для теплого времени года (даже если очень жарко) идеально подходит серый цвет. У серого множество оттенков и поэтому он подходит абсолютно всем, если правильно подобрать тон. Одним из самых удачных вариантов считается выбор холодного каменно-серого оттенка. Костюмы светлых тонов считаются неуместными в консервативной бизнес-среде и всегда смотрятся менее статусно.

Рисунок

Костюм из правильно подобранной ткани в тонкую полоску выглядит исключительно стильно, хотя и может показаться слегка консервативным. К тому же при сидячей работе, когда костюм немного мнется, вертикальные полосы это скрывают. Расстояние между полосками не должно быть слишком большим (не более 2 см) и полоска не должна быть разной ширины или толстой (единственно допустимой, ко-

гда речь идет о более толстой полоске, является рисунок «полоска мелом»). С клетчатыми тканями следует быть осторожнее – они неприемлемы во время официальных деловых встреч. Одним из самых известных вариантов клетки является рисунок, называемый «клетка принца Уэльского» или «глен» – малоконтрастная средняя по размеру клетка, состоящая из пересечения множества тонких линий. В Англии клетка принца Уэльского не принята в офисах, но часто встречается в неофициальных костюмах, надеваемых на уик-энд, а в США и в европейских странах это общепринятый рисунок делового костюма в рамках дресс-кода business casual. Хотя некоторые стилисты считают, что этот рисунок не подходит для делового костюма даже в условиях эклектики нашего времени. Показателем высокого качества костюма является совпадение рисунка в деталях кроя костюма.



Иногда в мужских костюмных тканях используется рисунок «иголочная головка», состоящий из мелких точек. Тонкая серая шерсть с рисунком «елочка» – американская классика, но европейские портные почти не используют этот рисунок для деловых костюмов. И все-таки беспроегрешным вариантом остается выбор костюма без рисунка, поскольку однотонные костюмы всегда выглядят более статусно. Для вечерней одежды также лучше всего подходят темные однотонные ткани.

Высокое качество делового костюма важно, но купить хороший костюм недостаточно – нужно уметь следить за своей одеждой, чтобы она всегда выглядела безупречно. А для этого за ней следует тщательно ухаживать. В одном из известных ателье на лондонской улице Севил-Роу я получила ценный практический совет по уходу за мужским костюмом: не реже раза в неделю чистить костюм специальной щеткой, вешать его на деревянную вешалку правильной формы, отпаривать каждую неделю и отдавать в сухую чистку брюки раз в три месяца, а пиджак – один-два раза в год. Обратите внимание, что эти рекомендации в равной степени относятся и к уходу за женской одеждой.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Мужская сорочка

Сорочка – яркая деталь в образе мужчины. У мужчин основополагающим для подчеркивания их элегантности надо считать цвет глаз и волос. Стилисты рекомендуют выбирать сорочки и галстуки, гармонирующие с цветом глаз мужчины – это всегда помогает выглядеть хорошо.

При выборе сорочки важно обратить внимание на то, чтобы она хорошо сидела и хорошо носилась. Не все знают, что для изготовления одной качественной мужской сорочки из хлопка требуется 35 операций на разных швейных машинах.

Посмотрите на швы – на сорочке высокого качества на 1 см строчки приходится от 8 до 12 стежков. Чем больше стежков имеет шов, тем дольше он прослужит. Приобретайте сорочки из натуральных материалов, поскольку синтетические ткани наверняка вызовут повышенное потоотделение. Современные технологии позволяют использовать для изготовления мужских сорочек не только хлопок, но выбрав хлопковую сорочку, вы не ошибетесь. Лучшим считается египетский (сорт Гиза) и американский (сорт Пима) хлопок, а самый тонкий привозят с островов Карибского моря – он так и называется Sea Island («морской остров»). Не советую вам доверять производителям сорочек с маркировкой non iron – их якобы не надо гладить и это существенное преимущество. Но никто не говорит о том, что в составе ткани находится формальдегид, который может вызвать серьезную аллергическую реакцию. При отсутствии аллергии можно взять такую сорочку в командировку, но не носить каждый день.



Хотела бы уберечь мужчин от возможной ошибки, если в весенне-летний сезон вслед за деловыми мужчинами из ряда стран Азиатско-Тихоокеанского региона они поспешат надеть рубашку с коротким рукавом вместо сорочки в сочетании с костюмом. Главное правило – офисная сорочка всегда только с длинным рукавом. Рубашка с короткими рукавами несовместима с костюмом, если мужчина хочет выглядеть элегантно. Проверить, правильно ли подобрана длина рукава сорочки, просто: при сгибании руки на 90 градусов манжета не должна оголять косточку на запястье.

Подбирая воротник сорочки, важно учитывать индивидуальное строение шеи. К примеру, широкий воротник сделает длинную шею короче, и, наоборот, короткая шея покажется длиннее благодаря узкому воротнику. В любом случае он должен выглядывать сзади приблизительно на 2 см из-под воротника пиджака, но может быть чуть выше в зависимости от высоты воротника сорочки. Воротник сорочки не должен плотно облегать шею мужчины, иначе будет некомфортно, но и не быть слишком объемным. Оптимальный припуск – чуть меньше 1 см.

В летнее время очень многие российские мужчины приходят на работу в рубашках с коротким рукавом, визуальнo снижая тем самым свой статус, т.к. в такой одежде они всегда выглядят менее профессионально. К сожалению, даже занимающие высокие статусные

позиции люди позволяют себе появляться на работе в таком виде. Один из участников тренинга рассказал мне, что руководитель компании, в которой он работает, часто носит рубашку с коротким рукавом, и это становится очевидным, когда он снимает пиджак. Однажды курьер из службы доставки почты, встретив его в коридоре в таком виде, спросил: «Как пройти в кабинет директора?», т.е. по внешнему виду курьер даже не мог предположить, что это и есть генеральный директор компании.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Существуют две наиболее распространенные формы воротников мужских сорочек:

- классический отложной воротник с четко очерченными уголками – наиболее официален и в то же время нейтрален. Расстояние между концами воротника может быть различным, но скорее они расположены достаточно близко друг к другу;
- воротник, уголки которого больше расходятся в стороны. Если уголки расходятся умеренно, тогда говорят о разновидности воротника под названием «акула» (англ. cutaway). Более открытый вариант, широкий спрэд (англ. full spread) – воротник с максимально удаленными друг от друга уголками. «Срезанный» воротник всегда выглядит элегантнее, чем классический отложной.

Второе важное правило: внешний край воротника сороч-

ки и его концы должны четко прикрываться лацканом пиджака. Только так возникает гармония между линиями воротника, галстука и обрамляющего их лацкана.

Обратите внимание, что любовь американцев к воротнику на пуговицах в сочетании с галстуком не разделяется в Европе. Считается, что эта признанная спортивная модель больше подходит для отдыха. И хотя выбор сорочки всегда зависит от личного вкуса мужчины, сорочку с таким воротником не принято надевать во время проведения официальных мероприятий и важных деловых встреч.



Выбирая воротник сорочки, руководствуйтесь тем, насколько удачно он подчеркивает достоинства лица. Например, мужчинам с широким лицом стилисты не рекомендуют подбирать широкие воротники, т. к. они зрительно увеличивают и без того крупные черты лица, а узколицым мужчинам лучше избегать выбора узкого заостренного воротника.

В воротник хорошей сорочки вставлены съемные (чаще всего пластмассовые) пластины. Они придают воротнику хорошую форму и предохраняют его углы от загибания.

Также существует два основных типа манжет: классическая манжета, застегивающаяся на одну или две пуговицы и более элегантная – французская двойная манжета (ткань манжеты сложена вдвое) со специальной петлей под запонку. В обоих вариантах манжеты должны быть по размеру запястья, чтобы рукав не сползал на кисть. Но если вы носите наручные часы, объем левой манжеты должен быть таким, чтобы была возможность свободно смотреть на часы. При изготовлении сорочки на заказ мастер всегда учитывает этот нюанс, существует даже специальный термин – «часовая манжета». Многие носят пиджаки, рукава которых (когда руки мужчины опущены) закрывают манжеты сорочки. Но желательно, чтобы манжеты на 0,5–1,5 см выглядывали из рукавов пиджака и заканчивались на уровне кисти под косточкой лучезапястного сустава – это всегда выглядит очень элегантно.



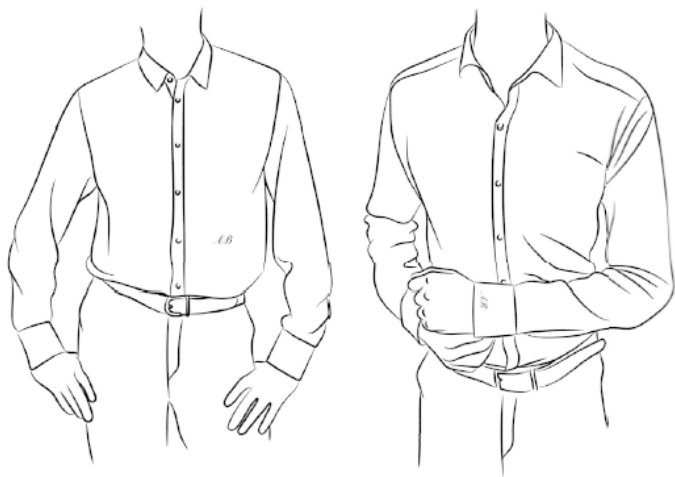
Французская манжета великолепно смотрится как с костюмом делового стиля, так и с вечерней одеждой (за исключением фрака). Мнения стилистов о том, насколько уместно носить сорочки с французскими манжетами с неофициальным костюмом, спортивным пиджаком или блейзером, диаметрально противоположны. Одни считают, что в сочетании с галстуком это вполне допустимо, а другие – что сорочка с такими манжетами неуместна для уик-энда.

Элегантные сорочки приталены и не имеют карманов. Даже если на сорочке есть карман, никогда не пользуйтесь им.

Сорочка должна комфортно облегать торс – чем свободнее сорочка, тем хуже выглядит силуэт. Важно, чтобы сорочка не была короткой. Когда вы поднимаете руку вверх, сорочка должна быть надежно заправлена под пояс брюк.



В дорогих сорочках петли обметаны вручную (в этом случае они меньше деформируются при носке), пришитые вручную пуговицы выполнены из австралийского перламутра (проверить просто – настоящий перламутр, в отличие от пластика, всегда холодный и на оборотной стороне пуговицы видно, что она сделана из раковины), а манжеты более длинные. В середине нижней части полочки на уровне четвертой (реже – второй), не считая петлю воротника, петли в области подреберья или на манжете могут быть вышиты инициалы. Их вышивают нитками в тон ткани или контрастными.



Выбор цвета и рисунка сорочки – вопрос вкуса каждого мужчины, но чтобы в одежде не было явных противоречий, разумно придерживаться традиционных рекомендаций. Ткань может быть однотонной, в полоску, в клетку. Рисунок может иметь различную степень выраженности, ширина полос и размер клетки варьируются, а белый цвет остается преобладающим. Беспроигрышный вариант – однотонные сорочки. Считается, что однотонные сорочки, в отличие от сорочек с рисунком, можно носить без галстука. Белые без рисунка – классика, не теряющая актуальности. Белые сорочки сочетаются с деловыми костюмами и галстуками любых цветов и рисунков. В течение дня для однотонных со-

рочек подойдут оттенки белого (ткани разного качества отличаются по тону и яркости) и пастельные оттенки голубого. Это классический подход, но с однотонным синим или серым костюмом можно сочетать сорочки различных цветов, но яркие или темные цвета в деловой обстановке – табу. Иногда вечером (в зависимости от дресс-кода) бледно-розовая сорочка может быть альтернативой белой. Полоски, как и в костюмных тканях, не должны быть расположены далеко друг от друга, не должны быть слишком яркими, а также не должны быть широкими. Чем мельче и тоньше клетка, тем консервативнее рисунок сорочки. Выбирая сорочку с рисунком, обращайтесь внимание на то, чтобы полоски и клетки точно совпадали в месте соединения плеча с рукавом. В рамках делового стиля к однотонному синему костюму подходят однотонные белые и голубые сорочки и сорочки этих же цветов в полоску (соответственно, голубую на белом фоне и белую на голубом). К однотонному серому костюму кроме однотонной белой можно надеть бледно-голубую сорочку в слабо-выраженную белую полоску и даже однотонную бледно-розовую, но, разумеется, не для официальных встреч. К темно-синему костюму в тонкую прерывистую (теннисную) полоску кроме однотонных белых и голубых сорочек подходят белые сорочки в синюю или голубую полоску. С костюмом темно-серого цвета в меловую полоску хорошо сочетается не только универсальная однотонная белая сорочка, но и белые сорочки в тонкую серую или бордовую полоску, и

даже в мелкую серую клетку. К костюму в серых тонах с рисунком «глен» подходят однотонные белые и пастельно-голубые сорочки, а также сорочки в сине-голубую клетку на белом фоне. Выбирая сорочку, не забывайте, что выбор цвета и рисунка галстука также важен для гармоничного восприятия образа.

Не торопитесь копировать образы из коллекций даже лучших мировых модных домов. Англичане, итальянцы, французы, немцы, американцы, арабы и представители деловых кругов ряда стран Азиатско-Тихоокеанского региона одеваются по-разному, и слепое копирование стилей одежды может сыграть с вами злую шутку. Стремитесь к вечно актуальной элегантности и ищите свой индивидуальный стиль, оставаясь в рамках современной классики.

Женщины

Женская деловая одежда гораздо менее консервативна, чем мужская, и предлагает широкий выбор вариантов. Но тем больше вероятность совершить ошибку.

Принципиально – подчинять гардероб одной идее, соответствующей вашему стилю, который вы будете использовать не один год. На основе базовых классических моделей можно легко формировать современные образы с помощью актуальных аксессуаров и всегда выглядеть женственно и поделовому.

Девиз при выборе базовых вещей: минимализм и безупречность. Одежда не должна раздражать партнеров или

уводить от серьезного разговора. Еще одна рекомендация: использовать не более трех цветов в одежде одновременно. Чем пестрее одежда – тем ниже статус.

По традиции основу женской деловой одежды составляет костюм (жакет с юбкой или брюками) и платье-костюм. Допустимы также блузка с юбкой, но не для официальных встреч. Важно уметь подбирать аксессуары, к примеру туфли и пояс, чтобы одежда смотрелась гармонично.

Женский деловой костюм

Хорошо сшитый шерстяной костюм классического стиля никогда не будет лишним в гардеробе деловой женщины, независимо от специфики ее деятельности. Покрой должен элегантно подчеркивать фигуру, не утягивая ее, поэтому предпочтителен полуприлегающий крой. Жакет может быть однобортным или двубортным, с небольшими, но жесткими плечами, чуть приталенным или свободным, иметь от одной до шести пуговиц, которые не должны быть обтянуты тканью. Юбка или брюки – классического покроя. Предпочтительнее выбирать прямые юбки средней длины, не очень узкие, с глубокой шлицей или прямые брюки со стрелками или с защипами. Меняя блузку, топы, туфли и другие аксессуары, можно существенно изменить восприятие одного и того же костюма. Кроме того, можно сочетать жакет от одного костюма с другими юбками или брюками, подходящими

по стилю и цвету за исключением тех дней, когда вам придется участвовать в официальных мероприятиях и важных деловых встречах. Обратите внимание, что именно жакет, скроенный по типу классического мужского пиджака, с юбкой, сшитые из одной ткани, являются самой строгой формой одежды для официальных деловых встреч (длина юбки очень важна – ошибка в несколько сантиметров может испортить весь образ). Помните, что длинные рукава всегда придают стройность фигуре и делают образ более профессиональным. Менее консервативно выглядят другие фасоны жакетов в сочетании с юбками. Они могут быть без декоративной отделки или с минимальной отделкой, к примеру, в виде тесьмы. Возможны ткани с рисунком. Части костюма могут отличаться по цвету. Кроме классических костюмных тканей используются более рыхлые и фактурные (облегченные твиды, букле).

Ткань

Главная характеристика – качество ткани. Костюм должен выдерживать частые чистки и прекрасно при этом выглядеть. Не «удешевляйте» свой образ синтетическими тканями. Учитывая, что костюм нужно носить весь день, ткань лучше выбирать натуральную, позволяющую коже дышать. Похожие требования предъявляются и к подкладочной ткани. Кроме того, она должна быть прочной и не шуршать, ко-

гда человек двигается – это яркий показатель низкого качества изделия. В ряде случаев уместны костюмы из шерстяного или смесового джерси. Надевать костюмы из вискозы или тянущихся тканей не принято.

Цвет

Имидж-консультанты для анализа цветовой гаммы, подходящей для конкретного человека, во время тестирования используют дрейпы (от англ. drape – драпировка) – специально подобранные кусочки ткани, которые консультант прикладывает клиенту на плечи. Вы можете воспользоваться этим же приемом, чтобы узнать какие цвета идут вам. Существуют и общие рекомендации. Для женской деловой одежды, кроме основных базовых – синего и серого, подходит черный и темные оттенки других цветов, к примеру, глубокий темно-зеленый, бургунди. Уместны варианты оттенков цвета кварцевого и вулканического песка, терракотовые оттенки и т. п. Они не бросаются в глаза и легко сочетаются с другими цветами. Вторая группа цветов деловой палитры – светлые цвета. В первую очередь белый и разнообразные сливочные оттенки, цвет экрю (старинные кружева), оттенки кремового и бледно-грибного, серо-голубые оттенки (цвет тени на снегу, цвет льда), а также пастельные оттенки более ярких цветов, к примеру, голубого, салатного или серо-розового. Желательно, чтобы яркие цвета были смягчены, как

бы задымлены или припудрены. Третья группа – яркие цвета. В консервативном бизнесе они используются ограниченно – для добавления яркости в образ, а в других сферах деятельности – гораздо активнее. Сегодня в меру яркая офисная одежда больше не кажется неуместной, если соблюдается главное правило: чем больше в костюме цвета, тем лаконичнее должен быть фасон и тем меньше должно быть декора.

О белом и черном цвете хотелось бы сказать подробнее. Белый цвет для женских блузок, как мы и говорили, – вечная классика, только не забывайте правильно подобрать оттенок, соответствующий вашему цветотипу. В костюме чисто белого цвета вы будете роскошно смотреться в летнее время, к примеру, на приеме типа «коктейль», но в течение рабочего дня такой костюм может выглядеть претенциозно. Хотя в весенне-летний сезон, надев белый жакет в сочетании с цветным платьем-футляром или юбкой, вы всегда будете выглядеть элегантно, как и зимой, соединив белый жакет кремового оттенка с юбкой или брюками темных тонов. Черный цвет наиболее подходит для вечерних мероприятий, но его можно и нужно использовать в деловой одежде, поскольку он легко сочетается с другими цветами и различными рисунками ткани. Платье-футляр, прямая юбка до середины колена или юбка-карандаш, жакет и классические прямые брюки черного цвета являются основой делового гардероба наравне с костюмом темно-синего и темно-серого цве-

та. При этом эксперты не советуют надевать черную одежду, отправляясь на интервью с работодателем. Вечной офисной классикой остается сочетание «белый верх – черный низ».

Стилисты рекомендуют иметь в гардеробе красный костюм или хотя бы красный жакет как дополнение к юбкам. В красном вас действительно сразу заметят, но эта заметность очень обязывает. Помните правило – красное платье во всем, кроме цвета, должно быть строгим и даже скромным. Красный цвет в высшей степени благородно выглядит в сочетании со всеми оттенками серого. Очень драматично, но при этом безупречно красный сочетается с черным. Нейтрально – с бежевым и песочным. Важно правильно подобрать оттенок красного, иначе во внешности проявится то, что хотелось бы скрыть: сосудистая сетка на лице, ярко-выраженный рельеф кожи, бледность и пр. При теплых тонах цвета волос, глаз, кожи рекомендуется выбирать теплые оттенки красного, при холодных – прохладные оттенки. Красный цвет очень активен. И он по-разному может восприниматься партнерами, поэтому во время важных деловых встреч лучше отказаться от него или использовать акцентно в аксессуарах.

Рисунок

Кроме беспримесных однотонных тканей допустимо использование элегантных полосатых и клетчатых тканей, а также тканей с рисунком «елочка» и другими рисунками

классического стиля. Как и в мужских костюмах, полоска должна быть достаточно частой и тонкой. Рисунок «полоска мелом» для женских костюмов не используется. Клетка «птичья лапка» умеренных размеров в строгом черно-белом или черно-бежевом исполнении всегда выглядит элегантно, поэтому подходит для женской деловой одежды. При выборе клетчатых тканей помните, что крупная клетка заметно полнит. Для женских костюмов классического стиля не используют ткани с растительным рисунком, изображением животных и птиц, морской тематикой, абстрактными рисунками, «леопардовой» и т. п. расцветки, имитирующей шкуры животных, а также горох. Но горох, к примеру, может очень эффектно смотреться в качестве рисунка шейного платка или блузки, которую носят вместе с костюмом.

Платье-костюм

Платье-костюм (платье-футляр и жакет) – традиционная женская одежда и настоящая жемчужина делового гардероба. Важно подобрать качественную ткань и покрой, максимально эффектный для вашей фигуры. Платье-футляр может быть с коротким рукавом или без рукава. Приветствуются однотонные модели длиной до колена самых разных цветов. Это может быть не только прямое платье-футляр, но и платье с различными драпировками, оригинальными деталями и даже умеренными воланами. И если раньше такой

крой считался неуместным для делового стиля, теперь это вполне возможно. Жакеты также могут быть сложноскроенными. Главное – не терять элегантности и общей стилистики костюма. В рамках дресс-кода летом уместны неброские рисунки на платье, но их рекомендуется оттенять однотонным жакетом.

Если рабочий день заканчивается вечерним мероприятием, то платье-костюм незаменим в таких ситуациях, т. к. позволяет, используя соответствующие аксессуары, легко превратить деловой наряд в вечерний.

Блузки, топы, твинсеты

Простые по крою блузки чаще надевают под жакет, а блузки со сложным дизайном носят как самостоятельную часть туалета. Это могут быть блузки с мягкой драпировкой, с воланами, жабо, горловиной-бантом. Но и они прекрасно сочетаются с жакетом и всегда добавляют мягкость строгому костюму. Если блузка заправлена в юбку и на юбке есть шлевки, рекомендуется носить ремень. Обязательное требование – непрозрачность блузки.

Несмотря на красивую форму плеч или загорелую кожу, открытые плечи – не всегда уместны, поэтому в консервативном бизнесе принято носить блузки с рукавами длиной не менее 20 см. А при более строгих требованиях к форме одежды – длинный рукав. Топы рекомендуется носить толь-

ко в сочетании с жакетом.



Никогда не носите блузки, обтягивающие грудь – откровенно сексуальные акценты неуместны для одежды делового стиля.



Обратите внимание, что огромную роль играет цветовой контраст блузки с костюмом. Как и в мужском варианте, чем сильнее контраст, тем авторитетнее весь облик. Пастельные цвета смягчат строгий тон костюма. Кроме того при сочетании классического жакета из шерсти с необычно скроенными шелковыми блузкой или топом, ткань которых ложится на груди мягкими складками, создается контраст между плотной тканью и струящимся шелком.

Поскольку в деловой обстановке вырез не может быть глубоким, допустимо надеть жакет на белье, но гораздо лучше он будет сидеть на тонкой трикотажной майке или топе. К тому же в этом случае вы сможете при необходимости растянуть жакет. Надевая трикотажную майку или топ, обращайте внимание на нижнее белье – выбирайте бесшовный бюстгалтер.

Трикотажные двойки (твинсеты) в неконсервативном бизнесе или по пятницам (если в пятницу допускается свободная форма одежды) – альтернатива классическому деловому костюму. Важно уметь сочетать их с другой одеждой и обязательно носить с самыми элегантными украшениями или шелковыми платками.

Юбки

Юбка как элемент деловой одежды должна соответство-

вать возрасту и комплекции, скрывать имеющиеся недостатки фигуры и подчеркивать достоинства. Фасоны юбок делового стиля различны, но базовыми остаются прямая юбка, юбка-карандаш и юбка А-образного силуэта. Каким бы ни был крой, юбка не должна обтягивать фигуру. Допустимая длина – на ладонь выше или ниже середины колена, юбка-карандаш может быть чуть длиннее. Всегда проверяйте длину юбки в положении сидя. Помните, что разрезы для делового стиля неуместны. Приобретая юбку, необходимо представить, с какой обувью и с каким верхом вы будете ее носить, чтобы иметь элегантный и выдержанный в едином стиле комплект. Юбки, сочетающиеся по цвету с обувью (речь идет о цветах классического стиля) всегда выглядят очень элегантно.

Брюки

Главное правило: брюки должны идеально сидеть на фигуре и быть тщательно отглаженными. Важно правильно выбрать фасон брюк. Классические брюки – прямые или сужающиеся книзу, со стрелками. В сочетании с белой или кремовой блузкой, ярким шейным платком и кожаным ремнем черные брюки составляют безупречную комбинацию. Очень важно правильно подобрать длину брюк. Если вы носите брюки с обувью и на низком, и на высоком каблуке, имеет смысл купить две пары идентичных брюк. Брюки прямого

кроя должны доходить до середины каблука обуви независимо от высоты каблука. Узкие брюки не должны быть выше 2 см от щиколотки. В этом случае задник обуви почти касается нижнего края брюк. Костюмные брюки лучше всего смотрятся с туфлями на каблуке, но обувь должна соответствовать стилю брючного костюма. Брюки хорошо сочетаются с лоферами и с туфлями со шнуровкой в мужском стиле.

Аксессуары

Несмотря на то что аксессуары считаются вспомогательными деталями при формировании ансамбля делового костюма, они играют важную роль. Недаром говорят, что «короля делает свита». Аксессуары – статусные вещи. Вы можете потратить крупную сумму на покупку одежды, но все ваши усилия будут сведены к нулю дешевой обувью или треснувшей кожей на ручке сумки. Всегда покупайте самые лучшие аксессуары. Если вы используете заменители натуральных материалов – то только высокого качества.

Обувь

Выбор обуви определяет выбор остальных аксессуаров. Обувь должна быть хорошего качества, желательно кожаной, и соответствовать сезону, стилю и общей цветовой гамме одежды. По классическим канонам обувь должна гармонировать по цвету с юбкой или брюками. Допустимо сочетать черную обувь со светлой одеждой, но желательно, чтобы обувь была облегченной, к примеру, перфорированной. Перфорация может располагаться на носу или на боковых вставках или иметь вид фигурной отстрочки. В некоторых моделях женской обуви перфорация может выглядеть как мелкая сеточка или узоры. Помните, что мужчинам не реко-

мендуется надевать замшевую обувь с официальным костюмом, т. к. она больше подходит для неформального стиля одежды. Очень важен уход за обувью – необходимо регулярно чистить обувь до блеска и следить за состоянием набоек на каблуках. Эти правила относятся и к мужчинам, и к женщинам. И конечно, обувь должна быть правильно выбрана по размеру, колодке и высоте каблука, потому что неудобная обувь или обувь, которая жмет, – уже не обувь.

Мужская обувь

Классическая мужская обувь легка и элегантна. На первый взгляд обувь выглядит консервативно, но в этом и заключается ее красота и благородство. Классические туфли для деловых мужчин, как правило, простые, из матовой кожи, с гладким верхом, почти невидимой шнуровкой (от пяти до семи люверсов), желательно на тонкой «паркетной» подошве, которая производится по особой технологии, благодаря чему она получается гибкой и мягкой. Официальные полуботинки можно разделить на две большие группы: с закрытой шнуровкой и с открытой. Моделей может быть несколько. Прежде всего это туфли-оксфорды (в США такие туфли называют «балморалс», или, кратко, «балс», а во Франции – «ришелье») – с закрытой шнуровкой, когда две стороны верха, стянутые шнурком, пришиваются под передней частью ботинка, а также туфли-дерби (в США – «блюхер») – с открытой шнуровкой, когда она стягивает две боковины ботинка сверху. Ширина носа может варьироваться,

но крайности исключены. Каблуки должны быть классической мужской высоты. Подошва – не слишком выступающей за пределы союзки, без подчеркнуто крепких рантов, свойственных так называемым американским ботинкам. Туфли на шнуровке выглядят солидно и считаются лучшим выбором для делового человека. Признанный образец делового стиля – гладкие оксфорды подходят для самых официальных мероприятий как дневных, так и вечерних. Некоторым мужчинам не нравится возиться со шнурками, и они отдают предпочтение лоферам или монкам, которые давно уже стали классикой, но на серьезных мероприятиях, в официальной обстановке туфли на шнуровке все же предпочтительнее.



оксфорды



дерби



лоферы



монки

Мужская обувь высокого качества стоит дорого, но вы не

сможете найти достойные туфли ниже определенного уровня цены. К примеру, для изготовления каждой пары обуви компании John Lobb требуется 196 ручных операций: от раскроя кожи для верха до полировки подошвы, и, разумеется, такая обувь не может стоить дешево. Но при должном уходе она будет выглядеть неизменно хорошо при любой интенсивности носки.

Черная обувь универсальна и беспроязвительна в стилистическом отношении, поскольку она подходит к костюму любого цвета. В течение дня с деловым костюмом эффектно смотрится обувь коричневых оттенков (кофе, коньяк, шоколад, каштан, красное дерево), но при проведении дневных и вечерних официальных мероприятий обувь должна быть черной.

Обувь из экзотической кожи (к примеру, страуса или рептилий) с деловым костюмом неуместна. Исключены острые или поднятые вверх носы туфель. О сандалиях с носками даже не хочется говорить.

На одном из совещаний, где присутствовали VIP, сидящие в президиуме на сцене большого зала, один из них, не заметив, что экран, закрывающий стол со стороны сидящих в зале не доходит до пола, решил расслабиться и снял под столом туфли-лоферы. Думаю, не многие запомнили, о чем говорил этот человек, поскольку во время его выступления все смотрели на его ноги в носках, которые были видны всем участникам

совещания.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Женская обувь

Одежда делового стиля требует соответствующей обуви. Лодочки идеально соответствуют деловому образу – спокойной элегантности. Лучшие фактуры – кожаные гладкие или классический лак. Главное правило для выбора туфель – и не только под деловой костюм – они должны быть высокого качества. Пара обуви может стоить дорого, но, учитывая, что многим женщинам приходится проводить весь день на ногах, это оправданное вложение средств. Хорошая обувь не натирает ноги и не давит, а удобная колодка избавляет от усталости.

Стилистика деловой обуви должна быть под стать костюму, но важно, чтобы обувь выглядела современно (форма носа, каблука). Кроме классических лодочек очень элегантно смотрятся открытые по бокам лодочки. Такую модель лучше всего носить в весенне-летний сезон. В это же время допустимы босоножки с открытой пяткой, но пальцы должны быть закрыты. Эту модель обуви рекомендуется носить в сочетании с деловым костюмом или платьем с укороченным рукавом. Обратите внимание, что туфли даже с небольшим вырезом на носу (как и открытые босоножки) носят на голую ногу, поэтому в консервативном бизнесе, где не принято появляться без чулок, такая модель будет неуместна. Же-

лательно отказаться от броских украшений, аппликаций и т. п. Высота каблука должна быть удобной (5–7 см), при этом каблук должен быть устойчивым, но чем выше каблук, тем изящнее его форма. Туфли на классических тонких шпильках – элемент вечернего стиля. В деловой обстановке не носят мюли (босоножки без ремешков), сабо и мокасины – они считаются обувью для дома или отдыха, обувь на платформе, на пробковой подошве, на танкетке. Женщины в обуви на очень низком каблуке, к примеру в балетках, в деловой обстановке выглядят менее профессионально, но все зависит от сферы деятельности и требований дресс-кода.

Как минимум, рекомендуется иметь лодочки черного и бежевого цветов. Черный, бежевый, а также оттенки серого сочетаются с любой одеждой, а бежевая обувь еще и визуально удлинит ноги. Чтобы правильно подбирать обувь к деловому костюму, нужно сочетать цвета по правилам контраста, нюанса или подобия.

Современные стилисты не рекомендуют выбирать сумку в цвет обуви (за исключением монохромных комплектов одежды), но, к примеру, летом бежевые туфли-лодочки и бежевая сумка – идеальная пара. И, посмотрев на современных первых леди, вы увидите все ту же классическую комбинацию, поэтому позволяйте себе свободу выбора, несмотря на модные тенденции. Если вы носите цветную обувь и одновременно кожаный ремень, желательно, чтобы его цвет гармонировал с цветом обуви. При этом лучше не комбини-

ровать более двух одинаковых по цвету кожаных вещей. Исключение из этого правила – только кожа черного цвета.

И еще одно замечание, касающееся выбора и мужской, и женской обуви для делового костюма классического стиля: руководствуясь утверждением «нет такой ситуации, чтобы мучиться в неудобных туфлях» (что справедливо), дважды подумайте, прежде чем надевать обувь спортивного стиля вместе с офисным костюмом. А надев, посмотрите, гармонично ли выглядит образ в целом. Возможно, следует подобрать другую удобную обувь или взять пример с европейских женщин, которые часто ходят по улице в обуви на невысоком устойчивом каблуке, но при необходимости носят с собой более эффектную сменную обувь.

Носки

Главное правило: носки не должны быть светлее туфель. Черные носки идеально смотрятся с черной обувью. Если обувь цветная, желательно, чтобы носки были того же оттенка, что и туфли. Вы можете продемонстрировать свою оригинальность, выбрав цветные носки, но они могут улучшить ваш образ только при условии, что гармонируют с остальными элементами одежды и не заявляют о себе слишком громко. К примеру, знаменитые красные носки от Гаммарелли сфокусируют внимание присутствующих на ваших щиколотках, а не на лице. Вы этого хотите? К тому же цветные нос-

ки привлекают внимание и к обуви мужчины, следовательно, она должна быть безупречна. Избегайте ромбовидных узоров, предназначенных скорее для занятий спортом. Носки с «веселеньким» рисунком – отдельная тема. Помните, что белые носки недопустимы в гардеробе делового человека в сочетании с офисным или вечерним костюмом. Носки должны быть длинными – не ниже, чем до середины голени, а лучше выше. Это важно, поскольку главное, чтобы не было видно тела, когда мужчина сидит, положив ногу на ногу.

Я знаю историю о том, что руководитель одной крупной компании постоянно является объектом шуток, а точнее, насмешек, со стороны своих коллег и партнеров, потому что он неизменно на протяжении многих лет ежедневно появляется на работе в темном костюме и белых носках. Никто не осмеливается сделать ему замечание, но жаль, что человек проигрывает из-за такой досадной мелочи.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Очень важно качество материала – носки должны плотно облегать ногу, не образуя складок. И, разумеется, контролируйте степень износа носков.



Чулки, колготки

Главное – высокое качество и гармоничное сочетание с обувью и одеждой. В дневное время рекомендуется носить оттенки телесного цвета. С темными и особенно черными юбками очень элегантно смотрятся тонкие черные чулки или колготки (плотность не более 15 den). Но обратите внимание, что при проведении официальных мероприятий и важных деловых встреч принято носить тонкие чулки или колготки телесного цвета. В деловой обстановке не принято носить чулки или колготки под цвет загара, с блеском, кон-

трастные по отношению к одежде, со швом и в «сетку». С костюмами классического стиля не сочетаются цветные, с рисунком или плотные черные чулки, колготки. Если ноги полные, лучше выбирать более темные тона. Для худых ног больше подходят светлые тона, которые оптически увеличивают объем ног. Рекомендуемая плотность – в весенне-летний сезон 5–15 den, для кондиционированных офисов (независимо от сезона) – 15–20 den. В консервативном бизнесе колготки обязательны, в неконсервативном летом допускается ходить без колготок, но в этом случае ноги должны быть идеально ухоженными.

Галстук

Несмотря на существующую в настоящее время тенденцию к отказу от галстуков во время встреч определенного формата, в высоких деловых кругах этот аксессуар по-прежнему продолжает занимать видное место среди элементов мужского делового костюма. Правильно выбранный галстук всегда придает мужчине подтянутость и элемент шика. К тому же именно галстук позволяет мужчине каждый день выглядеть чуть иначе, чем вчера. В галстуке должна присутствовать продуманная и намеренная легкость, ведь это – единственное самое заметное украшение мужчины. Помните, что пиджак можно носить без галстука, но галстук не носят без пиджака, если только это не элемент формен-

ной одежды.

Галстук должен быть всегда аккуратно завязан. В наше время научиться завязывать галстук совсем несложно – достаточно посмотреть видеоролик на YouTube. Вы можете выбрать любой узел, подходящий к форме воротника сорочки, но важно учитывать толщину галстука. Если галстук тонкий, можно завязать двойной узел, если плотный – простой классический узел. Узел может быть чуть смещен в ту или другую сторону, но сам галстук всегда располагается по центру сорочки. Узел галстука должен быть плотно затянут и непременно закрывать верхнюю пуговицу и стойку воротника сорочки. Многие мужчины имеют привычку оставлять верхнюю пуговицу воротника сорочки расстегнутой и не затягивать галстук плотно. Стилисты считают такой подход полумерой: если дресс-код позволяет, тот, кто не любит галстуков, не должен их носить.

Ширина галстука должна гармонировать с размерами воротника сорочки и шириной лацкана пиджака. В классическом варианте галстук имеет ширину около 8 см. Допустимая ширина галстука для офисного костюма от 7 до 9 см, но выбор модели зависит от модных тенденций, а также роста и типа телосложения мужчины. При любой ширине галстук оптимальной длины должен касаться пряжки ремня брюк, но никогда не быть ниже пряжки ремня. Широкий конец галстука всегда закрывает узкий. Поскольку галстуки бывают разной длины, выбирайте подходящий к вашему росту, что-

бы все пропорции были соблюдены. Обычно длина галстука от 152 до 155 см. Это идеально для тех, кто носит пиджаки 48–54 размеров, но не забывайте о росте.



Однотонные галстуки и галстуки с мелким геометрическим рисунком представляют собой основу элегантных галстуков и галстуков для работы. Однотонный галстук – самый официальный вариант (в деловой обстановке следует избегать слишком ярких расцветок). Галстук темно-синего, бордового и небесно-голубого цвета – вечная классика в сочетании с синим или серым костюмом. Галстуки в мелкий горошек (помните, что чем мельче горошек, тем элегантнее вид, а также о том, что цвет горошка галстука должен повторять цвет сорочки) и с рисунком фуляр – мелкий геометрический рисунок с регулярно повторяющимися фигурами, в любых ситуациях будут свидетельствовать о прекрасном вкусе. Галстуки в диагональную полоску не так элегантны, но широко распространены. Считается, что для достижения баланса на галстуке должно быть не более трех тонов. Выбор галстука с рисунком пейсли (так называемый «огуречный» узор – орнамент сложной каплеобразной формы, характерный для восточных тканей) в сочетании с офисным костюмом – вопрос дискуссионный. Одни эксперты считают, что все зависит от размера рисунка – чем меньше рисунок, тем сдержаннее образ. Другие считают такой рисунок недопустимым независимо от размера. Но в любом случае галстук с более крупным пейслийским рисунком больше подходит для неофициальных встреч. Галстуки в клетку сочетаются с одеждой свободного стиля.

Неуместные для делового стиля рисунки: абстрактный рисунок, изображение животных, птиц, морская тематика, тропические «панорамы», газетный текст, астрологическая символика, а также галстуки с принтами домов моды и другими логотипами, гербами и т. п.

Если мужчина носит костюм с белой сорочкой, то с ними сочетаются как однотонные, так и галстуки с рисунком. Если галстук с рисунком, то в рисунке обязательно должны присутствовать цвета сорочки и (или) пиджака. Цвет однотонного галстука должен совпадать с цветом рисунка сорочки. Галстуки в диагональную полоску подходят к однотонным и полосатым костюму и (или) сорочке, а однотонные галстуки и галстуки в горошек или рисунком фуляр подходят практически ко всему.

Черный галстук в деловой обстановке не носят – это символ траура. А для вечерней одежды, наоборот, рекомендуется черный цвет, например, галстука-бабочки для смокинга.

Существуют галстуки, изготовленные из цельного куска шелка по патентованной технологии, которая предусматривает семь сгибов. Такие галстуки не мнутся и безукоризненно держат форму. Галстук в семь слоев – высшая точка в галстучном искусстве, верх совершенства. Одними из самых роскошных являются галстуки от Stefano Ricci – записанные и сшитые по сложнейшей технологии – каждый такой галстук вручную собран из 280 квадратов шелка. Но, несмотря на существование таких эксклюзивных вещей,

символом безупречного вкуса во всем мире считаются галстуки от Hermès.

Нет смысла покупать дорогие галстуки, если вы не хотите за ними ухаживать. Не забывайте каждый вечер развязывать и расправлять галстук, а затем храните, либо свернув его от узкого конца к широкому, либо повесив на специальную вешалку для галстуков. Никогда не гладьте галстук утюгом, а если нужно удалить складки, подержите его над паром. Чтобы галстук долго служил, желательно иметь хотя бы по одному галстуку на каждый день недели.

Платки

Платки бывают карманные, шейные и носовые. Поскольку шейные платки могут позволить себе только мужчины творческих профессий, а два носовых платка должны быть у каждого мужчины (один – для использования по прямому назначению, а второй – для экстренных ситуаций, например, если потребуется помощь даме), мы поговорим только о платочке для нагрудного кармана пиджака.

Платочек (именно платочек, а не платок) в нагрудном кармане пиджака – это аксессуар, который может подчеркнуть индивидуальный стиль мужчины и явный намек на непринужденность и утонченность. Наиболее изящными и классическими считаются платочки из хлопка и особенно из тонкого льна. В вечернем варианте прекрасно смотрятся шел-

ковые платочки. Стандартный размер 30×30 см. Чаще всего платочек подбирается в тон сорочке или гармонирует с галстуком, но не рекомендуется носить платочек из точно такого же материала, как и галстук, – это свидетельствует о недостатке вкуса и воображения. Во время неофициальных встреч и в светской жизни можно носить цветные платочки, платочки с рисунком, но белый никогда не будет ошибкой. Мнения международных экспертов о том, уместен ли платочек в нагрудном кармане пиджака в течение дня, расходятся – одни считают, что во время официальных деловых встреч платочек не уместен, т. к. это скорее вечерний аксессуар или элемент неформального стиля, другие не видят в этом ничего плохого, считая, что в сочетании с белой сорочкой белый льняной платочек приемлем для всех официальных случаев. В данном вопросе имеют значение и национальные особенности, и уровень мероприятия, и сфера деятельности, и статус участников встречи. Но, выбрав более консервативный образ, вы не ошибетесь.

Говоря о женщинах, следует отметить, что такой аксессуар как шелковый платок-каре высокого качества – яркий показатель того, что его обладательница имеет вкус и представление о истинных ценностях. В деловой обстановке женщины могут носить шейные платки различных расцветок, гармонирующие или контрастирующие по цвету с основным костюмом. Если платок надет в сочетании с однотонной блузкой и костюмом, он может быть и с рисунком, и од-

нотонным. Желательно использовать шелковые платки. Но помните, что платки из натурального шелка нельзя стирать – рекомендована только сухая чистка. Важно научиться элегантно завязывать шейный платок, чтобы не было эффекта «больного горла». Всегда выбирайте самые простые формы узлов. Тонкие шелковые платки-каре прекрасно сочетаются как с костюмом, платьем, блузкой или твинсетом, так и с верхней одеждой от плаща до шубы.

Ремень

Ремень для мужского костюма классического стиля предпочтительнее выбирать из гладкой матовой кожи (самыми лучшими считаются ремни из телячьей кожи). Желательно, чтобы по цвету он сочетался с мужской обувью, следовательно, необходимо иметь не только черный ремень, если вы носите цветную обувь. Сочетание черного ремня с коричневой обувью – моветон. Ремень не должен иметь объемных пряжек или быть слишком толстым. Пряжка ремня обычно выполнена из умеренно-блестящего металла и в идеале по цвету соответствует металлу циферблата часов. Традиционно ширина ремня для классических костюмных брюк составляет 3–3,5 см. Ремень не должен быть слишком длинным (из-под пряжки должно выглядывать не более 7 см) и его не следует сильно затягивать.

В качестве аксессуара к деловой одежде женщинам не ре-

комендуется носить слишком широких или слишком узких ремней, ремней с ярким декором, крупными пряжками, а также выполненных не в классическом стиле. Ремни должны быть из кожи или кожзаменителя высокого качества, но никогда из металла или других материалов.

И мужчинам, и женщинам следует помнить, что плетеные кожаные ремни предназначены только для одежды свободного стиля.

Портфель, дамская сумка

Форма и размер мужского портфеля зависит от профессии мужчины и способа его передвижения. Кто-то переносит в портфеле объемные документы, а кто-то несколько тонких папок. Автомобилисты и те, кто пользуется общественным транспортом, будут носить разные портфели.

В идеале мужской портфель должен быть тонким, желательно в комплекте с бумажником, тоже тонким. Современные офисные портфели изготавливаются из различных материалов, но кожа остается наиболее желанным. Форма портфеля геометрическая, максимально простая. Дизайн лаконичный. У такого портфеля одна ручка, в некоторых моделях облегченная крышка и единственная пряжка с замком, на который и закрывается портфель. Если в какие-то дни мужчине приходится носить кейс – он не должен быть объемным.

Классические цвета – оттенки коричневого, темно-зеленый, темно-синий, песочный. Черный цвет допускается, хотя и не приветствуется. Цвет портфеля выбирают в соответствии со стилем мужской верхней одежды (пальто, плаща), но не обуви. Даже если фурнитура портфеля предполагает использование плечевого ремня, сразу забудьте о его существовании, если вы собираетесь носить портфель с офисным костюмом. Портфель носят в руках. Только так вы будете выглядеть элегантно и сохраните форму своего пиджака. Альтернативный вариант – мужские сумки, стилистически гармонирующие с деловой одеждой. Ограничения по плечевому ремню сохраняются. Кожаные рюкзаки хорошо сочетаются с некоторыми видами мужской одежды в стиле casual, но с одеждой в деловом стиле редко смотрятся органично.

Если женщине в силу специфики работы приходится носить портфель, а не сумку, в целом следует придерживаться рекомендаций, касающихся выбора мужского портфеля. Допускается одновременно носить небольшую дамскую сумку и элегантный портфель. Но при современной разнообразии форм сумок, большинство женщин предпочитают отказаться от портфеля.

Классические женские сумки – это сумки средних размеров, структурированные (имеющие отделения), простой формы, с твердым доньшком, неброской фурнитурой и нейтральной расцветки. Сумок должно быть не менее двух – зимний и летний варианты. Зимние сумки могут быть чер-

ными, темно-синими и темно-серыми, коричневыми, оттенков баклажана, красного вина и других глубоких цветов. Летом хорошо смотрятся сумки светлых тонов, но не кипенно-белые, а также оттенки бежевого, серого и голубого цветов. Уместны и двухцветные сумки. Безупречен выбор моделей из гладкой (матовой или полированной) кожи. Всегда элегантно смотрятся модели из лаковой кожи. В течение дня сумки из экзотической кожи носить не принято.

Дамская сумка может быть достаточно большой, но не больше, чем для бумаг формата А4. С костюмами и пальто обычно носят сумки чуть большего размера, с плащом – чуть меньшего, с вечерней одеждой – маленькие. Крупным женщинам не стоит носить очень маленьких сумочек, и наоборот.

Помните, что брендовые сумки – сумки «говорящие». В зависимости от своего статуса, сферы деятельности и ситуации подумайте заранее, что вы хотите «сказать».

Не рекомендуется ничего переносить в фирменном или подарочном пакете, за исключением тех случаев, когда вы действительно только что купили какую-то вещь в фирменном магазине или несете кому-то подарок. И никогда в деловой обстановке не носите одновременно с портфелем или сумкой полиэтиленовые пакеты.

Перчатки

Перчатки высокого качества всегда имеют подкладку, их шьют из тонкой натуральной кожи – телячьей, шевро (кожа козленка), лайки (кожа ягненка). Лучше всего выбирать перчатки так, чтобы они идеально облегали пальцы, но при этом не обтягивали руку. Актуальным остается принцип, сформулированный Г. Шанель: перчаток много не бывает.

Мужчинам рекомендуется носить перчатки темных цветов. Черные и коричневые перчатки воспринимаются как нейтральные. Цветные перчатки должны сочетаться с цветом обуви. Мужчины, в отличие от женщин, носят перчатки только на улице. Мужчинам рекомендуется снимать перчатки, приветствуя друг друга. Спортивные перчатки в деловой среде носить неуместно.

Женщинам следует отдать предпочтение спокойным цветам, повторяющим цвет отдельных элементов вашей одежды, к примеру, сумки, шарфа или обуви. Но элегантнее всего смотрятся перчатки, совпадающие по цвету с верхней одеждой. Белые перчатки в деловой обстановке не носят, поскольку они весьма претенциозны. Женщины могут носить перчатки в любое время года. Мнение, что перчатки нельзя носить без головного убора, неверно.

Перчатки обязательно снимают, входя в православный храм (правило касается и женщин, и мужчин), а также перед

публичной речью и, разумеется, за столом.

Часы

Часы являются самой значительной вещью, относящейся к аксессуарам. Часы – обязательный элемент делового имиджа и яркий показатель, говорящий о многом. Это не только показатель статуса и состоятельности. Это еще и показатель вкуса их обладателя и, конечно, украшение руки. Роскошные часы на руке всегда видны, хотя и созданы для того, чтобы быть незаметными. Если посчитать стоимость костюма и всех аксессуаров делового человека, может оказаться, что часы будут стоить больше, чем все вышеперечисленное. Высокая цена механических часов класса люкс обусловлена тем, что требуется много времени и ручной работы, чтобы создать такие часы. Всемирно известные люксовые часовые компании не верят в количество, а концентрируются на качестве, а оно не дается в спешке. К примеру, Patek Philippe выпускает лишь несколько десятков тысяч экземпляров часов в год, а некоторые модели – от 10 до 200 штук.

Главный совет: прежде чем покупать часы, надо решить для себя, для чего они вам нужны. Некоторые сами не знают, чего хотят, а это очень серьезный выбор, ведь статусные часы стоят гораздо дороже, чем другие аксессуары. В классическом стиле предпочтение отдается механическим часам со стрелками.

Перед покупкой обязательно взгляните, как часы смотрятся на руке. Часы должны соответствовать полноте вашего запястья. Слишком маленькие часы будут оптически увеличивать вашу руку. Слишком крупные и массивные также вызовут дисгармонию. У некоторых людей заметно выдается косточка на запястье, поэтому часы смотрятся некрасиво. Надо примерить часы, и вы поймете, удобно ли вы себя чувствуете в этих часах. Второй вопрос – хорошо ли вы видите циферблат.

Мужчинам рекомендуется выбирать плоские модели, чтобы они спокойно убирались под манжету сорочки. Наиболее элегантно в сочетании с костюмом смотрятся ультратонкие часы (самые тонкие механические часы выпускает Piaget), но многие мужчины предпочитают более объемные модели. У формальных офисных часов светлый круглый циферблат с двумя стрелками (часовая и минутная), а у так называемых костюмных часов (золотые модели без особенных часовых усложнений) всегда есть одно «маленькое» усложнение, к примеру, секундная стрелка, запас хода или указатель даты. Такие «маленькие» усложнения делают костюмные часы более сложными и эффектными, но не перегружают излишними деталями. Костюмные часы отличаются от офисных и меньшим размером корпуса – 37–39 мм в диаметре. В деловой обстановке часы носят на тонком ремешке из натуральной кожи хорошей выделки (матовой или глянцевой) без крупных или контрастных стежков по краям или на тон-

ком металлическом браслете. Для официальных мероприятий не рекомендуется выбирать модели с металлическим браслетом, а также имеющие черный циферблат. Женщинам не рекомендуется носить очень крупные или слишком маленькие часы.

В течение рабочего дня желательно отказаться от часов, декорированных бриллиантами или стразами, даже если это продукция самых уважаемых марок. В дневное время такие модели неуместны, но на вечерних мероприятиях принято блистать не только в переносном, но и в прямом смысле слова, поэтому и созданы так называемые ювелирные, или коктейльные, часы с роскошным декором. У многих часовых компаний есть коллекции часов специально для дресс-кода black tie. Существуют правила, касающиеся цвета циферблата, формы корпуса, индикации времени и complications (к примеру, турбийон явно будет лишним, перетягивая на себя все внимание), цвета и толщины ремешка для коктейльных часов.

Классикой на все времена останутся мужские и женские часы из розового золота или платины, имеющие простой или гильошированный круглый светлый циферблат, на тонком черном, коричневом или синем кожаном ремешке.

Органайзер, записные книжки, ручки, карандаши

Несмотря на широкие возможности современных гаджетов, многие деловые люди по-прежнему пользуются органайзером и записными книжками. В первую очередь это показатель деловой культуры их владельца и только после этого имиджевая составляющая. Качественный органайзер в кожаной обложке, как и аналогичная записная книжка – яркий показатель вашего делового стиля, статуса и вкуса. К тому же, как и в случае с визитными карточками, если электронные носители информации могут вас подвести, то органайзер (если, конечно, вы его не потеряете) – нет. Избегайте полумер: либо покупайте действительно подлинный филофакс или статусную записную книжку, либо пользуйтесь совсем простым блокнотом.

Ручка также является заметным статусным аксессуаром. Это может быть и перьевая ручка с золотым или платиновым пером, и шариковая в дорогом исполнении, но перьевые ручки всегда выглядят эффектнее. Аналогичную роль играют карандаши в металлических стволах или кожаной оплетке. Простой шариковой ручкой («без имени») можно пользоваться за рабочим столом, но не на важных совещаниях или переговорах, когда вы делаете пометки или что-то подписываете в присутствии других людей. В этом случае де-

лайте это элегантной дорогой ручкой. В официальной обстановке никогда не пользуйтесь ручками с логотипами компаний – это сувенирная продукция. Нельзя впадать и в другую крайность – пользоваться ручкой, украшенной драгоценными камнями. В лучшем случае вас не поймут, в худшем – обвинят в дурном вкусе. Подберите форму, размер и цвет ручки таким образом, чтобы она соответствовала вашему стилю и ее было удобно держать в руке.

Очки

Очки являются важным элементом внешности, поскольку они все время находятся на виду. Правильно подобранные очки в красивой оправе могут существенно украсить лицо, равно как неподходящие очки могут совершенно испортить образ. Оправа должна либо гармонизировать, либо контрастировать с формой лица. Она может уравновесить черты лица – придать заостренность круглому лицу и смягчить квадратное. К примеру, для женщин в деловом стиле базовыми формами являются «вайфарер» и «кошачий глаз» – они позволяют найти подходящий вариант для любого типа внешности, но в образе важен баланс, чтобы не уйти в излишнюю маскулинность или, наоборот, чрезмерную женственность.



«Вайфарер»



«Кошачий глаз»

Оправа может быть металлической или пластиковой. Тонкие минималистические оправы – универсальный вариант. Желательно, чтобы цвет оправы гармонировал с цветом ваших волос. Если волосы темные, лучше выбрать темную оправу, а при светлых волосах оправа не должна быть темной. Модели ярких цветов должны соответствовать не только стилю одежды, но и цвету глаз, волос и тону кожи.

Стилисты рекомендуют так подбирать форму оправы, чтобы ее верхняя часть (кроме круглых очков) была на одной линии с бровями. Эффект «двойных бровей» уменьшает глаза, а лицо выглядит усталым.

Рекомендуется использовать только прозрачные линзы.

Психологи утверждают, что даже легкое затемнение вызывает у собеседника чувство настороженности и недоверия. В весенне-летний период солнцезащитные очки являются неотъемлемой частью делового образа, но важно помнить, что прежде всего этот аксессуар имеет функциональное предназначение. Входя в помещение, не следует поднимать солнцезащитные очки на уровень роста волос или, как делают многие женщины, фиксировать очки в области выреза платья или блузки. И мужчинам, и женщинам необходимо снять солнцезащитные очки и убрать их в футляр.

Бумажник, портмоне, кошелек

Мужчинам рекомендуется выбирать бумажник, в котором купюры носят не сгибая. Желательно иметь тонкий бумажник, чтобы в нем умещались только купюры и банковские карты. Отделения для монет в нем нет – при необходимости носите монеты в небольшом кошельке или приобретите портмоне. Дизайн – простой без лишней фурнитуры. Цвета – желательно аналогичные цвету портфеля.

Женщины обычно пользуются портмоне в два или в три сложения, в которых есть отделения не только для купюр и монет, но и для банковских и других карт. Выбирайте не перегруженные фурнитурой модели. Желательно, чтобы портмоне сочеталось по цвету с женской сумкой. Если портмоне носят и мужчины, и женщины, кошелек с отделениями

для мелочи и для купюр, которые лежат в развернутом виде, – исключительно женский аксессуар. Он крупнее мужского бумажника (а тем более портмоне) и может быть похож на небольшой клатч.

Головные уборы

На сегодняшний день шляпа не является обязательной частью мужского гардероба, но этот головной убор – яркий мужской аксессуар. Главное – уметь ее носить. Элегантнее всего шляпа смотрится с пальто. В этом случае перчатки обязательны. В деловой обстановке рекомендуется отказаться от кепи и картузов, не говоря уже о различных шапочках из трикотажа. В очень холодную погоду мужчины могут носить меховые шапки из коротковорсовых мехов. Летняя шляпа идеально подходит для отдыха и общения в неформальной обстановке. Лучший выбор – шляпа-панама типа классической федоры. Большое значение имеет качество изделия.

Женщины могут носить любые уместные в деловой обстановке головные уборы в любое время года. Шляпки должны сочетаться по стилю с верхней одеждой и не быть слишком объемными или чересчур декорированными.

Шарфы

Шарфы могут быть как шерстяные, так и шелковые, в зависимости от погоды. Возможны и комбинированные варианты – шарфы из кашемира могут иметь шелковую подкладку. Тонкие шерстяные шарфы изготавливают из того же материала, который используют для легких шерстяных галстуков. Кашемировые шарфы могут выглядеть по-разному в зависимости от цвета, рисунка, толщины и жесткости фактуры. Шелковые шарфы с мелким рисунком – самые элегантные. Деловой стиль исключает толстые шерстяные шарфы, вязанные шарфы, а также шарфы белого цвета для мужчин, если только это не шелковый шарф в сочетании с пальто, надетым поверх фрака. Мужские шарфы могут быть выполнены из однотонного материала как нейтральных тонов (желательно на тон светлее или на тон темнее верхней одежды), так и более ярких тонов и иметь спокойный геометрический рисунок или любой другой галстучный рисунок.

В деловой обстановке мужчины носят шарф (в т. ч. кашемир), перехлестнув его концы на груди или в форме простой петли, а не закрывают им горло как при ангине. В неформальной обстановке красиво будет смотреться более сложная петля.

В помещении шарф не носят. Его снимают сразу вместе с верхней одеждой.

Женщины могут носить разнообразные модели шарфов, гармонирующие с верхней одеждой или костюмом, но это не должны быть объемные или слишком длинные, развевающиеся шарфы в стиле Айседоры Дункан.

Зонты

Зонт-трость с загнутой рукояткой относится к деловым аксессуарам. Мужчины при ходьбе могут опираться на него как на трость. Однако эта английская классика, несмотря на бесспорно элегантную форму зонта, стремительно уходит в прошлое. Все стремятся к удобству. И складные зонты-автоматы, которые формально к деловым аксессуарам не относятся, оказываются в руках почти каждого человека, попавшего под дождь.

Какую бы форму вы ни выбрали, мужчинам рекомендуется носить зонты темных тонов или оттенков серого. Женщины вольны в выборе цвета, но важно помнить о том, что цвет зонта в прямом смысле слова отражается на вашем лице, поэтому лучше выбирать нейтральные цвета. Цвет зонта должен быть нейтральным и для того, чтобы сочетаться с женской одеждой. Женщинам не рекомендуется выбирать зонты черного цвета.

Мобильный телефон

Желательно, чтобы корпуса и мужских, и женских мобильных телефонов были выполнены в ахроматических или спокойных хроматических цветах, в серебре. Золотые, розовые, декорированные стразами и т. п. модели в деловой обстановке неуместны. Чехлы для телефона – самые современные.

Визитницы

И мужчинам, и женщинам рекомендуются модели из кожи или комбинированный вариант – металл с кожей. Как и телефон, деловая визитница должна быть элегантно – без ярко выраженного логотипа, элементов блестящего декора или выполненной в цвете золота. Помните, что, даже если в визитницу вложены подушечки для ароматизации, ароматизировать персональные деловые визитные карточки считается моветоном.

Зажигалки, портсигар

Для кого-то эти предметы имеют исключительно функциональное назначение, но, безусловно, это имиджевые ак-

сессуары, которые дают возможность обладателю продемонстрировать свой личный вкус и достаток.

Мужские украшения

Несмотря на набирающую оборот европейскую тенденцию, в соответствии с которой не только самые модные, но и просто элегантные мужчины начали носить разнообразные броши на лацкане пиджака (речь не идет о значках), в консервативном бизнесе деловые мужчины ограничены в выборе украшений. По большому счету в дневное время в их распоряжении помимо обручального кольца, которое не должно быть слишком узким, только классические запонки. Запонки являются главным ювелирным мужским украшением. Они имеют не только функциональное значение – они дают сигнал о том, что мужчина думает об элегантности. Разумеется, в мужских украшениях очень ценится чувство меры. Правило о том, что если вы надели запонки, в течение дня к ним обязателен галстук, больше не соблюдается, хотя тот, кто продолжает ему следовать, всегда выглядит элегантно. А правило о том, что запонки являются принадлежностью исключительно сорочки с французскими манжетами – неизменно.

Дневные запонки обычно геометрических форм, не более 1,5 см в ширину, чтобы запонка не выглядела кричащей. Существуют различные виды запонок, но чаще всего это тра-

диционные модели с поворотным механизмом или с жесткой сцепкой. Образцом изысканного вкуса являются запонки с цепочкой посередине. Чаще всего дневные запонки выполнены из различных металлов с минимальным декором без использования драгоценных камней (исключение – синий сапфир). Классическим решением являются овальные запонки из белого или желтого золота. Также широко распространены и запонки-узелки из хлопчатобумажной или шелковой тесьмы, которые демократичны по цене и представлены в разнообразной цветовой гамме. При декорировании запонок для вечернего костюма очень популярен оникс за его насыщенный черный цвет (который превосходно смотрится в сочетании с белым золотом и платиной), перламутр, эмаль, драгоценные камни. Обратите внимание, что многие вечерние сорочки застегиваются не только на пуговицы, но и могут скрепляться штифтами. В этом случае их можно подобрать в пандан к запонкам. В деловой обстановке не принято носить запонки с изображением различных символов (знаки зодиака, геральдические элементы, черепа и т. п.). Стилисты не пришли к единому мнению, уместно ли с офисным костюмом носить запонки, которые символизируют хобби их владельца, к примеру в виде рыбки или самолета, поэтому выбор зависит от вкуса мужчины. Но разумнее остановиться на классической овальной форме.

Желательно, чтобы запонки гармонировали с часами, поэтому известные часовые компании выпускают модели-ком-

паньоны, но они могут быть и разными. Главное – по-прежнему рекомендуется соблюдать правило одного металла.

Мода на булавки и зажимы для галстука преходяща, поэтому, независимо от модных тенденций, их носят, если они имеют функциональное назначение. К примеру, галстук-пластрону необходима булавка, чтобы фиксировать галстучный узел, но помните, что булавку никогда не размещают на узле галстука. А галстук из легкого шелка нуждается в зажиме, который не следует выставлять напоказ. Его принято закалывать между третьей и четвертой пуговицей на планке сорочки так, чтобы он не был виден, когда пиджак застегнут. Эти аксессуары должны сочетаться с цветом пряжки ремня и (или) запонок.

В редких случаях, если мужчина принадлежит к старинному роду, в деловой обстановке кроме обручального кольца он может носить на безымянном пальце или мизинце той руки, на которой нет обручального кольца, перстень с фамильным гербом, а вот обычных перстней-печаток или колец других форм на пальцах у делового мужчины быть не должно.

В консервативном бизнесе исключены видимые татуировки. Цепочки и браслеты мужчины также не выставляют на всеобщее обозрение.

Значок на лацкане пиджака уместен в качестве демонстрации принадлежности к определенной группе лиц, к примеру к какой-либо партии, профессиональному сообществу или на мероприятиях рекламного характера (выставки, пре-

зентации). Такой аксессуар должен быть небольшим и изящным. Два значка одновременно носить не принято. Если мужчина посещает вечернее мероприятие в том же костюме, который носил в течение дня, значок лучше снять.

Женские украшения

Следует уделить большое внимание выбору украшений. Рекомендуется выбирать украшения среднего размера, классических форм, желательно выполненные из одного материала. Бижутерия должна быть высокого качества. Украшения с относительно крупными бриллиантами в деловой обстановке неуместны. Это ограничение продиктовано прежде всего безопасностью. Украшения с другими самоцветами также не относятся к деловому стилю.

Обычно, если женщина носит обручальное кольцо, надевают не более двух других украшений, к примеру, еще одно кольцо и серьги или кулон на цепочке. Нежелательно надевать одновременно золотые и серебряные украшения (правило одного металла) за исключением обручального кольца. Других колец на правой руке быть не должно, но женщина может носить помолвочное кольцо поверх обручального. В консервативном бизнесе есть правило: в течение дня одна рука – одно кольцо, которое принято носить на безымянном пальце. А во время вечерних мероприятий кольца носят на разных пальцах и на одной руке может быть несколько колец.

Украшения из ракушек, перламутра или необработанных кораллов носить на работу не рекомендуется, а жемчуг вполне уместен: броши, серьги, кольца и бусы (причем речь идет о нитке жемчуга, а не о вечернем объемном колье). Обратите внимание, что одна-две коротких нитки жемчуга всегда прибавляют возраст (особенно молодым женщинам) и что в деловой обстановке не принято носить более одного украшения с жемчугом.

Находясь у лица, серьги всегда привлекают к себе внимание, причем больше, чем другие украшения, поэтому они должны соответствовать выбранному вами стилю. Приветствуются классические модели с английским замком, серьги-пусеты («гвоздики»). Серьги креольского типа (крупные кольца) или водопадного типа (длинные каскадные серьги) в консервативном бизнесе носить в течение рабочего дня не принято. Серьги не должны быть в диаметре больше 2,5 см. Следите за тем, чтобы центром внимания все же оставались ваши глаза, а не уши.

Женщины, имеющие нормальную или длинную («лебединую») шею, могут позволить себе цепочки любой допустимой в деловой обстановке длины, а если шея короткая, то лучше не подчеркивать этого и выбрать более длинную цепочку, которая создаст вертикальную линию и оптически удлинит шею. И, кстати, навсегда отказаться от формы выреза «под горло» или закрывающих шею воротников. Хорошо смотрятся тонкая цепочка с неброским кулоном или эле-

гантные бусы, сочетающиеся с костюмом. Форма украшения определяется вырезом: если V-образный вырез, то и V-образное украшение, если круглый вырез, то украшение той же формы.

Броши своим качеством должны соответствовать вашему образу. Следите за тем, чтобы они не были слишком броскими. Хотелось бы обратить внимание женщин на часто допускаемую ошибку – броши не носят на трикотажных кофточках. Их принято прикалывать к платью, жакету, вороту блузки, а при менее строгих требованиях к дресс-коду даже к рукавам блузки. Брошь можно приколоть и к пальто.

Браслеты лучше сократить до минимума. В деловой обстановке не принято носить многочисленные звенящие или объемные браслеты. Желательно, чтобы браслеты были плоские, похожие на часовые.

В консервативном бизнесе пирсинг, анklet (цепочка на ноге), кольца на ногтях будут неуместны, не говоря уже о видимых татуировках. Но, возвращаясь к пирсингу, при менее строгих требованиях к внешнему виду, допустимы несколько сережек на мочках ушей, поскольку при необходимости их можно снять.

Обратите внимание, что крест не считается ювелирным украшением даже в том случае, если он выполнен из драгоценных материалов. Несмотря на то, что многие известные ювелирные дома выпускают изделия в виде креста как модного аксессуара, не следует носить религиозный символ в ка-

честве украшения.

Парфюмерия

Некоторые считают, что покупка парфюмерии – это «деньги на ветер», но имиджмейкеры уверены в обратном. Правильно подобранный аромат способен добавить яркий штрих к общему образу человека. Конечно, это дорогое удовольствие, но оно того стоит. И это именно тот случай, когда можно экономить на количестве, но не на качестве. Следует помнить об особой осторожности при выборе аромата, т. к. неприятие человека на уровне запаха может моментально разрушить все ваши усилия по созданию привлекательного образа.

Следите за новинками, но не спешите покупать модные марки. Недаром есть выражение о том, что духи надо носить, а сначала – «разнашивать». Они должны максимально отражать вашу индивидуальность, не вызывать дискомфорта. Кристиан Диор сказал: «Женский парфюм говорит о ней больше, чем ее почерк». То же можно сказать и о мужчинах. Прежде чем сделать покупку, обязательно после «дегустации» аромата с помощью блоттера – полоски из тонкого специального картона или керамической емкости – попросите консультанта в магазине нанести парфюмерное средство на кожу и «послушайте» как аромат будет раскрываться в течение нескольких часов или даже суток. Сначала вы сразу почувствуете так называемые «верхние ноты», затем – «ноты

сердца», которые начнут ощущаться позже и, наконец, самые заметные «нижние или базовые ноты» — они и останутся на коже. Чтобы полностью понять красоту аромата, никогда не растирайте запястье о запястье — так вы «поцарапаете» аромат и не сможете почувствовать три его уровня. При выборе «своего» аромата важно учитывать еще и специфику своего здоровья, т. к. смешение природных запахов с ароматом парфюмерии подчас бывает невыносимым.

Забудьте о существовавших раньше рекомендациях о выборе «нежных цветов» для юных блондинок и «восточных ароматов» для возрастных брюнеток или попытках систематизировать ароматы для мужчин и женщин. Сегодня никакие старые парф-коды не соблюдаются, и одними и теми же ароматами могут пользоваться и мужчины, и женщины разного возраста. Каждый человек просто выбирает тот аромат, который ему нравится. Но существует важное ограничение! Как метко заметил английский дизайнер Пол Смит: «Парфюм — это всегда шепот и никогда — крик». В классическом варианте аромат парфюмерии должен чувствоваться от человека на расстоянии 15–50 см. Конечно, никто не будет измерять это расстояние линейкой, но важно придерживаться этого правила, чтобы не создавать возможный дискомфорт для окружающих. Например, на деловых встречах индивидуально неприемлемый аромат может негативно настроить партнера, а вы даже и не поймете, почему не удалось достичь желаемого результата. Чтобы сохранить аромат в те-

чение дня (если это нестойкий аромат), его надо обновлять, но делать это максимально корректно. Аромат может быть выражен, но спокоен. Помните, что утром обоняние у людей острее, поэтому бывает достаточно пары капель, а вечером количество можно удвоить. Парфюмерные средства наносят на сухую чистую кожу в тех местах, где артерии и вены подходят ближе к коже, к примеру область сонной артерии, одно из запястий, если на другой руке вы носите часы. Не рекомендуется наносить духи за мочки ушей, т. к. там находятся сальные и потовые железы (но вы можете нанести духи на внешнюю часть мочки уха), на запястье руки, на которой вы носите часы, т. к. под часами кожа может потеть и аромат будет окисляться. По этой же причине не следует наносить духи на область солнечного сплетения, на локтевые сгибы. Духи не рекомендуется наносить на одежду, поскольку нелинейные ароматы (меняющие свое «звучание» при взаимодействии с телом человека) раскрываются только на коже, и линейные («звучащие» одинаково с момента нанесения на кожу до выветривания) на ткани проявят себя немного иначе. Но французские эксперты считают, что можно нанести парфюмерное средство на шейный платок, обратную сторону галстука, платочек для нагрудного кармана или на волосы.

Если вы пользуетесь парфюмерией, принято использовать дезодоранты, кремы и другие средства по уходу за телом, не содержащие парфюмерных отдушек. От вас должен

быть слышен только один аромат. Но не следует останавливать свой выбор только на одном парфюмерном средстве – оставьте себе право выбора в зависимости от ситуации и настроения.

Парфюмерию иногда сравнивают с картинами: одновременно с оригинальными полотнами существуют копии и репродукции. Так же и в парфюмерии – существуют эксклюзивные марки, парфюмеры которых создают ароматы из натурального сырья. К примеру, для создания 250 мл аромата Bois d'Iris от компании The Different Company необходимо 200 кг корней ириса. Сначала цветы выращивают при специальном уходе на плантации три года, затем корни выкапывают вручную и сушат около месяца, а потом в течение пяти лет идет процесс дегидратации. Далее из высушенного сырья готовят пудру, а из пудры эссенцию, которую и используют при создании аромата. Таким образом, на создание шедевра уходит восемь лет! А знаменитый Килиан Хеннесси, который считает, что в роскоши аромат должен быть самым необходимым излишком, в своей коллекции «Арабские ночи» использует масло уд, которое стоит дороже золота.

Выбор аромата (и количество, и качество) может сказать о человеке даже больше, чем выбор одежды. К сожалению, нередко приходится в прямом смысле слова ощущать нехватку знаний по этому вопросу среди деловых людей. Ассистент руководителя одной из компаний рассказывала мне, что обычно приходит

на работу до появления руководителя, но, когда ее шеф приходит раньше официального начала рабочего дня, в первую очередь она узнает об этом по запаху парфюмерии, оставшемуся в коридоре и в приемной.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Основные вокальные характеристики речи

Приятный голос важен как для поддержания определенного имиджа, так и для достижения успеха в делах. Важно не только то, что вы собираетесь сказать, но и то, как вы это скажете. Голос может притягивать и отталкивать сильнее, чем слово. Люди всегда положительно реагируют на приятный голос. Ваш голос должен быть энергичным и доброжелательным. Следует так долго тренировать эту подачу, пока она не станет неотъемлемой частью вашей личности.

К сожалению, в реальной жизни мы часто сталкиваемся с некрасивыми, неразвитыми голосами, с невнятной и небрежной речью. Одна из причин этого – отсутствие легкодоступных эталонов. Воспитание красивого, выразительного голоса (если это не природный дар) требует времени и упорства. Постановка голоса начинается с выработки правильной осанки и постановки дыхания. Научитесь постоянно контролировать свою осанку (как минимум положение груди), а также дыхание: старайтесь не делать быстрых неглубоких вдохов, увеличивающих частоту дыхания и сбивающих его ритм. Специалисты говорят, что после некоторой тренировки вполне реально добиться того, чтобы голос звучал так, как хочется. Для определения оптимального звучания именно вашего голоса используется такой способ: по-

считайте вслух от одного до десяти, постепенно повышая громкость голоса. И когда услышите то звучание, которое вас устроит, запомните его, а затем постарайтесь ему следовать.

К основным вокальным характеристикам речи относятся.

- Громкость голоса должна быть такой, чтобы выступающего хорошо слышала вся аудитория. Тихий голос может восприниматься как неуверенность, к тому же вас могут просто не услышать или постоянно переспрашивать. Избыточно громкий голос может восприниматься как давление. Громкость вашего голоса должна быть такой, чтобы оставалась свобода маневрирования, т. е. чтобы вы могли его усилить, выделяя ключевые моменты речи, или ослабить в нужный момент. Иногда для того чтобы привлечь внимание можно просто заметно изменить громкость – понизить ее, если вы говорили громко, или повысить, если говорили тихо.

- Темп речи определяется комбинацией ряда факторов: временными интервалами между словами, паузами между предложениями, скоростью произнесения слов (в русском языке медленный темп речи составляет 80–100 слов в минуту; средний – 120–140 слов в минуту; быстрый темп – 160–180 слов в минуту). Главное – не торопитесь. Быстрая речь способствует поверхностному дыханию и усиливает волнение.

- Высота голоса определяется частотой колебания голосовых связок. Чем сильнее они натянуты, тем выше их частота.

та колебаний. Существует также связь между громкостью и высотой голоса. Когда человек старается говорить громче, тон его голоса, как правило, тоже повышается, нередко приобретая оттенок скандальности. Меняйте высоту голоса, не говорите монотонно.

- Тембр голоса определяется количеством дополнительных тонов (обертонов), накладывающихся на основной тон. Для большей убедительности устной речи важно стремиться к красивому тембру голоса, чтобы он не вызывал неприятных ощущений у слушателей.

- Интонация включает в себя четыре перечисленные акустические компонента и придает голосу яркую окраску. Марина Цветаева писала, что «наши лучшие слова – интонации». В зависимости от цели высказывания интонация бывает информирующая, вопросительная, утвердительная и др. Говоря фразу на одном уровне, вы придаете ей нейтральное звучание (информирующая интонация). Повышая интонацию в конце фразы, вы делаете фразу вопросительной (вопросительная интонация). Понижая интонацию вскоре после начала фразы, вы получите утвердительную интонацию. Учитывайте, что интонация может изменить смысл слов на противоположный.

Кроме этого решающее значение имеет дикция – четкость произношения речевых звуков, которая создается артикуляцией (от лат. articulo – расчленяю). Артикуляция зависит от

согласованной работы органов речи и прежде всего языка, губ, нижней челюсти и зубов. Череп, полость рта и носа и объем грудной клетки служат при этом резонаторами. Дикция – статусная характеристика речи. Плохая артикуляция часто ассоциируется с неуверенностью, несобранностью и непрофессионализмом. Необходимо стараться произносить все слова четко, постоянно контролируя свою речь. Полезно также выполнять специальные упражнения для улучшения дикции или хотя бы просто время от времени произносить вслух несколько скороговорок. Если какие-то слова являются для вас «проблемными» – составьте список таких слов и проговаривайте их вслух ежедневно. В итоге качество вашей речи значительно улучшится.

Кроме того, обращайтесь пристальное внимание на правильное произношение слов с учетом орфоэпических норм – иногда ошибки в ударениях могут быстро разрушить хрупкую атмосферу доверия между партнерами, особенно при первой встрече, а также на присутствие в речи «слов-паразитов» («ну», «вот», «так сказать», «собственно говоря», «короче», «типа» и пр.) – стремитесь к чистоте речи.

Отдыхая в одной из красивейших усадеб Подмосковья – Введенском, Виталий Яковлевич Вульф поделился со мной советом, как сделать свою речь более выразительной. Для этого нужно ежедневно с выражением читать не менее одной страницы диалогового текста. Этот простой способ помогал ему

быть блестящим рассказчиком, и, возможно, поможет вам.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Глава 3. Организация различных деловых мероприятий и правила поведения на них

Организационные и протокольные аспекты подготовки и проведения деловых бесед и переговоров

В процессе подготовки и проведения встреч с деловыми партнерами, а также организации и проведения переговоров перед участниками встают различные проблемы организационного и протокольного характера, от правильного решения которых зависят как успешное проведение деловых встреч, так и эффективность принятых на них решений.

Обратите внимание, что роль играют даже мелочи, которых, как известно, в протоколе не бывает. К примеру, получив приглашение на деловую встречу от вашего партнера, не забудьте поблагодарить его как минимум дважды – в конце встречи и письменно после встречи или четыре раза – в момент приглашения, в начале встречи, прощаясь с партнером и, наконец, письменно не позднее, чем на следующий день после проведенной встречи. Не забывайте о том, что снача-

ла вы работаете на свою репутацию, а потом ваша репутация начинает работать на вас.

Подготовка плана переговоров

В общем виде план переговоров должен содержать следующие организационные моменты:

- место, дату и время встречи;
- состав участников;
- ответственного за подготовку помещения для переговоров;
- ответственного за подготовку справочных материалов (образцов товаров, каталогов, рекламных проспектов и т. п.);
- ответственного за оповещение участников;
- ответственного за подготовку повестки дня;
- ответственного за подготовку программы пребывания гостей;
- ответственного за организацию транспортного обслуживания участников переговоров;
- ответственного за встречу и проводы представителей другой стороны;
- ответственного за подготовку пропусков для делегации гостей;
- ответственного за организацию угощения в ходе переговоров;
- ответственного за приобретение цветов, подарков или

сувениров;

- ответственного за организацию и проведение приема после переговоров, делового обеда или ужина (если это в программе);
- ответственного за организацию культурной программы (если в этом будет необходимость).

Также необходимо подготовить организационно-распорядительную документацию и своевременно составить смету расходов.

Обратите внимание на такой деликатный вопрос как размещение гостей. Ясность по этому вопросу должна быть у участников уже на подготовительном этапе переговоров. Почти всегда приезжающие сами бронируют номера в отеле, но в редких случаях принимающая сторона выбирает гостиницу в соответствии со статусом приезжающих и, следовательно, берет на себя все расходы (в рамках будущего взаимозачета).

Место проведения

Местом встречи может быть служебное помещение одного из участников переговоров или «нейтральная полоса». При выборе места проведения переговоров следует оценить все плюсы и минусы, учитывая, в частности, такие параметры, как материальные затраты (стоимость возможной аренды

помещения, используемой аппаратуры, подготовку и тиражирование документов, покупку канцелярских принадлежностей, минеральной воды и т. п.), сложность организационных моментов, необходимость согласований и пр.

Если вы приглашаете партнера к себе, то это означает, что он должен из привычного окружения попасть в чужое для него место. Поскольку вы находитесь «дома», то чувствуете себя более уверенно – вы контролируете ситуацию больше, чем другая сторона, все необходимые данные находятся у вас под рукой, при необходимости возможна быстрая консультация с кем-то из сотрудников и т. д. Именно в такой обстановке вы будете чувствовать себя максимально комфортно. Напротив, ваш партнер должен сначала сориентироваться в новом окружении.

В то же время при проведении переговоров на своей территории на вас накладываются некоторые обязанности и ограничения: во-первых, вы как хозяин должны будете вести разговор и следить за тем, чтобы в разговоре не возникало долгих пауз (более 6 секунд) – свидетельства окончания беседы, а во-вторых, у вас не будет возможности при неблагоприятном стечении обстоятельств в любой момент прервать переговоры и покинуть помещение. Кроме того, ваш партнер, естественно, намного больше узнает о вас, находясь на вашей территории, – он видит размер и интерьер помещения, качество оборудования, получает впечатление о вашем рабочем климате и пр. Если бы встреча состоялась у него, то

он многого о вас не узнал бы.

Все перечисленное действует в противоположной ситуации (когда вы – гость) точно так же.

Остается еще возможность выбрать нейтральное место для проведения переговоров. Если говорить о пространстве, то у партнеров будет одна и та же исходная позиция, но такой выбор приведет к более высоким материальным и временным издержкам со стороны инициатора переговоров.

Практика показывает, что обычно арендуют конференц-залы крупных отелей, бизнес-центров или другие помещения, предназначенные для проведения культурных и общественных мероприятий, и у организаторов всегда есть возможность заранее на сайте компании посмотреть расположение залов, их обстановку, дизайн и пр.

Существует комплексная услуга по организации деловых переговоров – конференц-пакет, который в стандартном варианте включает предоставление в аренду помещения для встречи, необходимого оборудования, а также организацию буфетного обслуживания участников переговоров (варианты конференц-меню: эконом-класс, бизнес-класс, делюкс и супер). При необходимости пакет может быть дополнен, к примеру, обеспечением синхронного или параллельного перевода, предоставлением средств копировальной техники, резервного оборудования и пр.

Время проведения

При определении времени встречи не принято оказывать давление на партнера по переговорам, в особенности если вы сами являетесь инициатором встречи. В этом случае говорят так: «Любое удобное для вас время. Со своей стороны мы предлагаем 10 часов».

По протокольным правилам выбор времени всегда остается за приглашенной стороной, хотя она может сразу же согласиться со временем, предложенным инициатором встречи.

Всегда приезжайте на встречу вовремя, не заставляя другую сторону ждать. Нарушение этого правила рассматривается как неуважение к принимающей вас стороне, что может негативно повлиять на ход переговоров. В случае даже незначительной по времени задержки обязательно извинитесь. Заранее продумайте, где припарковать машину или где вас будет ждать водитель. Оправдывать свое опоздание проблемами с парковкой совершенно неуместно.

При определении времени начала переговоров исходят из их продолжительности – обычно переговоры длятся 1,5–2 часа (но по взаимной договоренности партнеры могут выбрать более интенсивный режим). Если переговоры проводятся во второй половине дня, то нужно выбрать такое время их начала, чтобы они закончились не позднее 17.00–17.30. В

этом случае вечер остается свободным, а если планируется продолжить общение в ресторане или на приеме, участники смогут подготовиться к вечернему мероприятию. Имейте в виду, что в соответствии с правилами международного делового этикета не принято планировать проведение переговоров на конец календарного или финансового года, хотя это не строгое ограничение, а также не рекомендуется проведение переговоров в пятницу или за день до праздника.

Несмотря на то, что хронобиология опровергла миф о существовании «жаворонков» и «сов», все же учитывайте ваш собственный жизненный ритм. Если вы по своей природе «ранняя пташка», предлагайте организацию встреч пораньше, используйте свою утреннюю энергию. А если вы гораздо лучше чувствуете себя после полудня – избегайте ранних встреч, т. к. во второй половине дня вы будете гораздо работоспособнее.

Российские бизнесмены, договариваясь о встрече с американскими деловыми партнерами, согласовали дату встречи – 03.02.2012 года. Российская сторона подразумевала 3 февраля 2012 года, а американцы, у которых принята другая последовательность обозначения дня и месяца, поняли ее как 2 марта 2012 года, и встреча не состоялась.

А.В. Новиков, директор Зеленоградского филиала МТПП

Список участников

Определите состав непосредственных участников переговоров со своей стороны, в т. ч. руководителя (главу делегации) и его заместителя, а также экспертов, консультантов, переводчиков и технического персонала. Составьте персональный список участников встречи. Сформулируйте задачи экспертам, консультантам, переводчикам и техническому персоналу, указав сроки их выполнения.

В состав участников переговоров следует включать только тех лиц, чье присутствие необходимо для обсуждения поставленных вопросов. По мнению экспертов, самыми результативными являются встречи, на которых присутствует не более семи человек. При этом участники не только должны быть заинтересованы в принимаемых решениях, но и обладать достаточными полномочиями для решения обсуждаемых вопросов.

При формировании списка участников на двусторонних переговорах, как правило, исходят из примерного равенства численного состава. Принцип паритета относится и к уровню представительства на переговорах. В качестве исключения допустимы деловые контакты на один уровень выше или ниже.

Далее согласуйте с партнером количественный состав участников и уровень ведения переговоров (кто глава деле-

гации: руководитель компании, его заместитель и т. п.) и получите соответствующую информацию от партнера.

Подготовка повестки дня

Повестка дня – хороший способ управления ходом переговоров. Повестка дня делает для другой стороны весьма затруднительной возможность уклониться от обсуждения неприятного для них вопроса. Если же вы не хотите обсуждать ту или иную тему или еще не готовы к ее обсуждению, не включайте ее в перечень вопросов повестки дня. Вместо этого вы можете включить интересующий вас вопрос.

Повестка дня – это промежуточный документ на этапе подготовки переговоров. Она включает заголовок (повестка дня переговоров по теме...), перечисление вопросов для обсуждения, последовательность, в какой вы собираетесь обсуждать эти вопросы, период времени, отведенный на обсуждение этих вопросов, фамилии и должности докладчиков. Количество вопросов в повестке дня может быть самым разным, но оно должно соотноситься с отведенным на переговоры временем, а также важностью основных обсуждаемых вопросов. Составляя повестку дня, необходимо поставить обсуждение наиболее значимых вопросов на первое место. Каждый вопрос формулируется, начиная с предлогов «о» или «об». Допускается включение в повестку дня даты, времени и места проведения переговоров. В таком виде по-

вестка дня передается представителям другой стороны. Не забывайте о том, что повестка дня только предлагает, но не диктует тематику и последовательность вопросов для обсуждения.

Предложите своим партнерам заранее передать вам пожелания по изменениям, добавлениям с их стороны. В случае молчания за два-три дня до начала переговоров свяжитесь с ними и узнайте, имеются ли у них какие-то предложения по изменению повестки дня.

После рассмотрения повестки дня сторонами-участницами переговоров и ее возможной корректировки, два экземпляра повестки дня сохраняются до дня начала переговоров.

Обычно вместе с повесткой дня партнерам по переговорам рассылаются проект договора или соглашения, различные справочно-информационные материалы, с которыми следует ознакомиться до начала переговоров. Также партнерам могут быть отправлены тезисы основного доклада главы делегации с вашей стороны.

Подготовка программы пребывания

Если планируется проведение переговоров с иностранными или иногородними партнерами и вы – сторона-инициатор проведения переговоров и хозяева встречи, то до приезда делегации гостей, принимающая сторона должна разработать две программы ее пребывания: общую программу,

предназначенную для гостей, и подробную программу, которая включает все технические детали, необходимые для принимающей стороны. Общая программа включает информацию по следующим вопросам:

- встреча гостей;
- деловая часть программы (переговоры);
- приемы, деловые обеды или ужины;
- культурная программа (если время позволяет);
- проводы делегации партнеров.

Что касается подробной программы, то в ней отражаются все организационные моменты, связанные с приемом делегации партнеров. Принимающая сторона должна проработать такие вопросы, как:

- персональный состав встречающих;
- обеспечение транспортом;
- размещение в гостинице;
- сопровождение;
- распорядок каждого дня, в т. ч. питание гостей;
- приобретение билетов на мероприятия культурной программы, заказ экскурсионного обслуживания;
- организация кофе-брейков во время проведения переговоров;
- организация приема или ужина после окончания переговоров;
- техническое обслуживание участников;

- приобретение подарков или сувениров;
- закупка минеральной воды, цветов, канцелярских принадлежностей;
- уборка помещения и др.

Каждый пункт подробной программы требует детальной проработки с обязательным указанием ответственных исполнителей.

В программе каждого дня обязательно следует оставлять время для отдыха и личных дел.

Делегации, пребывающие на два-три дня, лучше принимать в течение рабочей недели, не занимая суббот и воскресений, в противном случае необходимо предусмотреть программу на выходные дни.

При разработке программы следует учесть, что, несмотря на рабочий характер встреч за столом переговоров, во время пребывания гостей принято организовывать неформальные встречи участников переговоров. Первую такую встречу всегда проводит принимающая сторона. Для того чтобы и гости могли воспользоваться возможностью организовать ответную встречу, необходимо запланировать в программе один свободный вечер. Вместе с тем при составлении программы внимание принимающей стороны должно быть, конечно, сосредоточено на основной цели встречи – проведении переговоров.

Не забывайте, что, составляя программу пребывания го-

стей, важно учитывать разницу в часовых поясах, если партнеры приезжают к вам издалека.

Подготовка помещения

Многие люди не уделяют значительного внимания выбору наилучших внешних условий для проведения переговоров и часто на этом проигрывают. Интерьер офиса раскрывает индивидуальность компании. Элементы дизайнерского решения офиса могут продемонстрировать степень официальности или непринужденности, которая присуща тому или иному помещению, в частности, переговорной комнате. Помещение для проведения переговоров должно настраивать на создание рабочей атмосферы и быть удобным для участников встречи.

Благодаря удачному планированию помещения и его организации у вас есть возможность оказать влияние на ход переговоров. Здесь играют роль как психологические, так и физиологические аспекты.

Для переговорного процесса значительную роль играет тот факт, хорошо ли себя чувствуют участники переговоров в том окружении, в котором они находятся. Чем приятнее атмосфера, тем более вероятно, что стороны придут к взаимовыгодному решению.

К физиологическим аспектам пространства относятся такие компоненты, как освещение, вентиляция, температура

воздуха, мебель, техническое оснащение, наличие напитков и пр.

Необходимо помнить об эстетическом оформлении помещения для переговоров и требованиях эргономики. Оно должно быть оформлено в определенной цветовой гамме, с продуманным освещением и вентиляцией. Кстати, наилучшим считается естественное освещение, но его может быть недостаточно в пасмурные и осенне-зимние дни, а некоторые переговорные могут быть без окон. Света в помещении для переговоров должно быть в норме. Потому что когда его мало, мы ощущаем вялость, и, наоборот, при переизбытке света, у нас гораздо быстрее устают глаза.

Важно, чтобы в помещении не было душно и не было никаких посторонних запахов.

На ход ведения переговоров может оказать влияние окружающая цветовая гамма. Будучи электромагнитной волной, каждый цвет формирует вокруг себя собственное биополе, которое мы воспринимаем на тонком энергетическом уровне. Цвет относится к числу «слабочитаемых», нюансных воздействий. Но влияет он на нас всегда вне зависимости от нашего желания. Доказано, что глаза устают от сине-фиолетового цвета, а красные оттенки могут восприниматься как угрожающие. В помещении для переговоров желательно иметь стены, окрашенные в спокойные тона: сложные оттенки желтого, желто-зеленого, голубовато-зеленого, зеленого и серого цветов.

Изучение искусства декорирования офиса показывает интересные результаты. Например, присутствие таких элементов декора, как современные драпировки на окнах, ухоженные декоративные растения, фотографии и картины оказывает положительное воздействие, т. к. такого рода предметы создают благоприятные условия для коммуникации, а это немаловажно. По-прежнему актуальна рекомендация об украшении стен оригинальными картинами или репродукциями, не содержащими национальных или религиозных сюжетов (даже если это известная классика). Также не рекомендуется выбирать картины, написанные в абстрактном стиле и натюрморты. Нейтральный вариант – пейзажи. Стильным считается включение в интерьер профессионально сделанных и оформленных цветных и черно-белых фотографий, которые смотрятся более эффектно. Главное при украшении стен – соблюсти баланс количества и качества. Иногда достаточно одной эффектной детали.

Важно позаботиться о том, чтобы участники хорошо видели и слышали друг друга (возможное использование микрофона и, соответственно, техническое обеспечение) – заранее проверьте, чтобы микрофоны хорошо работали, подготовьте запасные элементы питания, проконтролируйте, чтобы в помещении не было посторонних шумов.

Предпочтительно, чтобы вся мебель, расположенная в переговорной комнате, была выдержана в едином стиле. Все крупные предметы мебели (стеллажи, шкафы) должны быть

расставлены так, чтобы они не препятствовали свободно-
му общению. Размер стола для переговоров необходимо со-
отнести с общей площадью комнаты (лучше больше, чем
меньше). Отдавайте предпочтение благородному дереву, ес-
ли есть такая возможность. Не рекомендуется использовать
стол с отверстием в центре или прозрачный стол, т. к. хотя
он и демонстрирует открытость, но, по мнению психологов,
также вызывает некий дискомфорт у участников встречи.

Когда говорят о переговорах, кажется, что главным сло-
вом, относящимся к мебели, является стол. На самом де-
ле это кресло. Исследования в области эргономики показы-
вают, что неудобное кресло снижает у человека concentra-
цию внимания, повышает утомляемость и вызывает раздра-
жительность, поэтому важно правильно выбрать кресла для
участников встречи. Обратите внимание на то, чтобы кресла
или стулья были одинаково удобными и никто не почувство-
вал бы себя обделенным. В то же время важно не создавать
слишком комфортные, расслабляющие условия.

Чаще всего при ведении переговоров используется пря-
моугольный стол. В случае многочисленной группы участни-
ков возможно размещение за столами, поставленными в ви-
де буквы «П» (рассадка только с внешней стороны). Иногда
для проведения переговоров используют круглый стол. Фор-
ма стола имеет психологическое значение. К примеру, круг-
лый стол создает более свободную атмосферу. Он частично
снимает статусные различия между участниками перегово-

ров, т. к. руководители делегаций и другие участники оказываются как бы на одном уровне. Квадратный стол может создать атмосферу соперничества и вызвать оборонительные реакции.

На столе не должно быть никаких лишних документов, кроме рабочих материалов и, возможно, повестки дня и списка участников. Также на столе могут быть блокноты, ручки, карандаши, при необходимости – компьютеры, планшеты, специальное оборудование.

Если число участников встречи более шести человек, при рассадке удобно использовать специальные карточки с именами участников переговоров. Во избежание путаницы при рассадке за столом важно, чтобы карточки были двусторонними. Такие карточки дают возможность обращаться к каждому по имени. Первой указывается фамилия человека, затем имя и отчество. Должность не указывается. Еще один нюанс, на который часто не обращают внимание: если речь идет об официальных переговорах, когда переводчик является членом делегации, то для него также ставится именная карточка для рассадки. Если переводчика приглашают на одноразовое мероприятие в качестве приглашенного переводчика, как правило, для него ставится безымянная карточка с надписью «Переводчик».

На столе могут стоять корпоративные флаги (при наличии), региональные флаги, а при проведении международных переговоров и государственные флаги. Невысокие фла-

ги должны быть расположены на одинаковом уровне и быть одного размера и качества. Почетное место справа отдается флагу гостей. Не рекомендуется устанавливать большие текстильные флаги на специальном флагштоке. Современные технические средства позволяют проецировать на стену изображение флагов стран – участниц переговоров – такой прием значительно упрощает работу по оформлению помещения, но в этом случае флаги на столах могут быть уже лишними.

Во время рабочих встреч и совещаний цветы на стол ставить не принято. При проведении международных переговоров допустимо украшение стола профессионально аранжированными букетами. Цветы на столе могут гармонировать по цвету с флагами стран – участниц переговоров, но не повторять в точности цвет флагов. Общая высота вазы и букета не должна превышать 15–20 см, чтобы не загораживать лиц участников переговоров и не мешать ходу переговоров. Важно заметить, что цветы не должны быть с сильным запахом (например, слишком ароматные сорта лилий), т. к. даже такой, казалось бы, незначительный штрих может негативно повлиять на проведение встречи, вызвав в прямом смысле слова головную боль у кого-то из участников. Помните, что на стол переговоров никогда не ставят горшечные растения, как бы красиво они не смотрелись в кашпо.

На стол ставятся напитки и посуда для них. Рекомендуется ставить напитки персонально для каждого участника пе-

реговоров, но возможна и расстановка группами по центру стола. Если напитки ставятся персонально, стаканы (бокалы ставить не рекомендуется) также ставятся персонально дном вниз слева от бутылок с водой. Они ставятся на столешницу, но иногда могут стоять на подставке или круглой бумажной салфетке. Принято ставить стеклянные стаканы, но одноразовые считаются гигиеничнее, хотя менее устойчивы. Желательно, чтобы стаканы были не выше, чем бутылки с водой и удобной формы (не слишком узкие или широкие). При расстановке напитков и стаканов группами они ставятся так, чтобы каждый участник встречи мог самостоятельно дотянуться до них. Стаканы могут стоять как дном вниз, так и в перевернутом виде (этот вариант допускается, но не рекомендуется). При расстановке стаканов группами их ставят на небольшие подносы, которые могут быть покрыты салфетками, если стаканы ставят в перевернутом виде.

На стол выставляются бутылки воды емкостью от 0,3–0,5 литра до 1,0 литра. Этикетки на бутылках должны быть неповрежденными. Вода заранее не открывается. Выбирайте бутылки с такими отвинчивающимися крышками, чтобы их без труда могли открыть и женщины-участницы переговоров, а не просили сидящих рядом мужчин о помощи. На стол ставится одна разновидность негазированной воды комнатной температуры в стеклянных или пластиковых бутылках. Газированную воду ставить не рекомендуется, поскольку даже если вода будет подана требуемой температуры, в

помещении она может нагреться и при открывании бутылки вытечь на стол, но это не строгое ограничение. Современная практика допускает подачу соков в стеклянных бутылках емкостью не более 0,3 литра (цитрусовый – обычно апельсиновый и яблочный без мякоти), но не в формате переговоров, а при проведении других деловых встреч. Помните, что никакое угощение на стол не ставится.

Встреча и размещение участников

Если принято решение о проведении переговоров на территории вашей компании, хорошим тоном считается встретить гостей у входа в вестибюле на первом этаже здания. Если компания арендует помещение в бизнес-центре, желательно встретить гостей в зоне reception на первом (что предпочтительнее) или на своем этаже. Встречающим может быть административный помощник, сотрудник протокольного отдела или зоны reception. Он показывает, где можно оставить верхнюю одежду, где находятся мужская и дамская комнаты (т. к. перед общим зеркалом в холле не принято приводить в порядок прическу, одежду, поправлять макияж и т. д.), и провожает гостей до помещения, где будут проходить переговоры. Сама принимающая делегация в полном составе уже находится в этом помещении. Появление кого-то (а на практике часто главы принимающей стороны) после входа гостей является моветоном. При этом важно, чтобы

все присутствующие, включая главу делегации хозяев, стояли, а не сидели. Второй вариант – когда обе делегации одновременно заходят в комнату для переговоров.

В то же время, если это высокие гости, их может встретить «у порога» глава принимающей стороны и лично проводить в комнату для переговоров. Этой рекомендации следует придерживаться, если компания имеет собственное здание, когда есть возможность выйти к парадному подъезду, а не в случае аренды помещения в многоэтажном бизнес-центре. Во время проводов гостей провожают либо до выхода из комнаты переговоров, либо до лифта, либо до выхода из здания, а в отдельных случаях даже ждут пока гости отъедут на машине.

Атмосфера ведения переговоров во многом зависит от того, как вы рассадите участников. В официальной обстановке чаще всего используется порядок размещения участников, взятый из дипломатической практики, когда главы сторон-участниц переговоров сидят в центре прямоугольного стола, друг напротив друга, рядом с ними справа – вторые лица, а слева находятся переводчики (если это международные переговоры). Далее (или вместо переводчиков) – другие члены делегации по статусу. Иногда слева от главы делегации сидит не третий по статусу член делегации, а главный эксперт, статус которого формально может быть ниже, но при обсуждении темы переговоров его мнение является решающим.

Если в переговорах участвуют только двое, то по возможности садитесь так, чтобы ваш партнер по переговорам сидел рядом с вами, но под углом, а не напротив вас. Если вы хотите подчеркнуть уважение к партнеру, садитесь слева от него.

При проведении международных переговоров для исключения позиции соперничества при трехсторонней (и более) встрече участников переговоров лучше всего использовать круглый стол. В этом случае рассадка производится по алфавиту по названиям стран-участниц переговоров на рабочем языке встречи. Рассадка может быть как по часовой, так и против часовой стрелки. Если, к примеру, в переговорах участвует три стороны, то за круглым столом главы делегаций садятся на равном расстоянии друг от друга, а члены делегаций в большинстве случаев рассаживаются с обеих сторон от них.

В переговорной комнате при рассадке за прямоугольным столом хозяева обычно занимают место напротив входной двери, чтобы контролировать вход в помещение, а гостям предлагают места лицом к окну. Это стандартная рассадка в европейской переговорной практике, и этой рекомендацией следует руководствоваться, но всегда есть «вариации на тему», поскольку переговорные комнаты могут быть очень разными, а в некоторых даже нет окон. Главное – рассадить участников встречи так, чтобы это был дух диалога, мирного сотрудничества и общения. При рассадке гостей постарайтесь учитывать все нюансы расположения, в т. ч. связанные

с национальными особенностями. К примеру, в Японии самым почетным считается наиболее удаленное от дверей место.

Рассаживаются за столом переговоров только после того, как свое место займет глава принимающей стороны. После того как все участники займут свои места за столом переговоров, доступ в комнату должен быть прекращен.

Специалисты по переговорам не советуют создавать «два фронта». В неофициальной обстановке при рассадке постарайтесь использовать смещение вместо разделения. Рассадите участников переговоров таким образом, чтобы рядом с членом одной команды сидел бы член другой команды, т. к. это облегчает откровенный обмен мнениями.

Еще один важный совет: обеспечьте себе прямой зрительный контакт с теми, кому будут адресованы ваши предложения.

Приемы без рассадки за столом

Большинству людей нравится ходить на приемы, поскольку участникам предоставляется возможность совместить полезное с приятным. И здесь очень важно обратить внимание на последовательность этих прилагательных. В первую очередь к приемам следует относиться как к важным деловым мероприятиям, т. к. они представляют собой прекрасную возможность для установления новых знакомств, укрепления и расширения деловых и личных отношений, получения нужной информации и т. п. И только после этого рассматривать посещение приема как возможность продегустировать изысканные блюда и напитки. Не забудьте на следующий день после приема отправить организаторам письменную благодарность.

Виды приемов

Приемы подразделяются на дневные и вечерние, приемы с рассадкой и без рассадки за столом, официальные (когда приглашают только деловых людей) и неофициальные (когда на приеме присутствуют супруга/супруг приглашенного человека или он приходит со спутницей/спутником). В дипломатической практике существует специфика в классификации официальных и неофициальных приемов, а также мно-

гообразие видов приемов. В этой главе рассмотрим лишь те, что наиболее часто встречаются в деловой практике.

К дневным приемам относятся приемы «бокал шампанского» (champagne glass или coupe de champagne), «бокал вина» (vin d'honneur), «бранч» (branch – термин, образовавшийся от слияния слов breakfast и lunch). К основным вечерним приемам относятся приемы «коктейль» (cocktail) и «фуршет» (buffet table). В современной европейской практике в приглашении редко указывается конкретное название приема. Обычно используются слова reception, party или, если прием имеет специфику, могут быть конкретные названия, к примеру, tradition vodka testing, sushi style и т. п. Все перечисленные виды приемов относятся к приемам без раскладки за столом. Во время проведения таких приемов гости стоят. Обычно в зале для приема может находиться от 20 до 100 человек гостей, но иногда гостей бывает намного больше.

Приемы «бокал шампанского» и «бокал вина» в классическом варианте продолжаются около часа и начинаются не раньше 12.00. Но иногда подачей игристого вина ставится «финальная точка» делового мероприятия (к примеру, торжественного подписания совместного документа) и в этом случае речь не идет о приеме как таковом, поэтому эта часть занимает всего 5–10 минут (в такой ситуации никакие закуски не подаются – только напитки). «Бранч» начинается не раньше 11.00. Приемы «коктейль» и «фуршет» устраивают-

ся в интервале между 17 и 20 часами. Начинаются они обычно в 17.00, 17.30 или 18.00. Продолжительность таких приемов – два часа. Мероприятие следует организовать так, чтобы уложиться в отведенное для него время. Вечерний фуршет (evening reception) начинается не ранее 20.00.

Поводом для организации таких приемов может стать, к примеру, открытие выставки, конференции, годовщина какого-либо события, торжественное подписание совместного документа руководителями компаний с участием представителей СМИ, корпоративный праздник, выпуск нового вида продукции, создание филиала компании, прибытие или отъезд делегации партнеров, окончание переговоров и т. п.

На приеме «бокал шампанского» гостям предлагают шампанское (желательно оригинальные марки напитка, произведенные во Франции в провинции Шампань, но могут быть и другие игристые вина), тем самым этот вид приема подчеркивает особую праздничность события. Кроме шампанского могут быть поданы безалкогольные напитки. На приеме «бокал вина» гостям предлагаются легкие вина и безалкогольные напитки, а шампанское не подается, поэтому он носит менее торжественный характер. Во время бранча могут подаваться и алкогольные, и безалкогольные напитки. На таких приемах гостям могут быть предложены закуски в виде канапе, мини-пирожных, небольших оригинальных закусок и т. п. Меню приема «коктейль» гораздо скромнее фуршетного меню. На таком приеме почти никогда не подаются го-

рячие закуски. Особенностью является то, что все угощения подаются маленького размера, чтобы можно было сразу положить их в рот, не откусывая и не пользуясь стандартными приборами. Обычно каждая порция наколота на специальные деревянные, соломенные или пластмассовые шпажки, лежит на гофрированной бумажной салфетке или подается в миниатюрной посуде вместе со шпажками или специальными маленькими ложечками, чтобы можно было взять угощение, не дотрагиваясь до него пальцами. Гостям также предлагаются алкогольные и безалкогольные напитки. Меню приема «фуршет» может включать широкий ассортимент холодных блюд и закусок, почти всегда – горячие закуски, десерт. Существует несколько видов организации приема «фуршет» в зависимости от размера финансирования мероприятия:

- Фуршет экономкласса (включает минимальное – от 5 до 7 наименований холодных закусок на человека, а также наличие безалкогольных напитков).
- Фуршет стандарт-класса (включает от 10 до 12 наименований холодных и горячих закусок на человека, безалкогольные напитки и ограниченное количество алкогольных напитков, скромный десерт).
- Фуршет бизнес-класса (включает до 20 и более наименований холодных и горячих закусок на человека, в том числе деликатесных, безалкогольные напитки, разнообразные спиртные напитки, включая аперитивы и дигестивы, фрукты, десерт).

- Фуршет экстра-класса (наиболее дорогой и изысканный вариант угощения, составленный с учетом индивидуальных пожеланий заказчика в плане выбора закусок и напитков).

При организации фуршетов бизнес-класса и экстра-класса принято привлекать обслуживающий персонал из кейтеринговых компаний. Также возможно привлечение флористов, а в некоторых случаях представителей event-агентств. Привлечение обслуживающего персонала не исключается и при проведении более простых видов фуршета, поскольку всегда повышает уровень проведения мероприятия.

В отличие от приема «коктейль», где приборы могут быть предложены, но обычно не используются, при сервировке фуршетного стола наличие приборов обязательно. Причем приборы всегда должны быть металлическими, а не пластмассовыми. Пищу следует приготовить таким образом, чтобы ее было удобно брать и есть, пользуясь только вилок (fourchette в переводе с французского – вилка).

Приглашение на прием и ответ на приглашение

Организаторы приема должны составить и утвердить список приглашенных на прием гостей и отправить им приглашения не позднее, чем за три-четыре недели до проведения мероприятия (когда речь идет о не самых формальных ме-

роприятиях), но когда организуются приемы с участием VIP или крупные мероприятия, приглашения отправляют не менее чем за полтора-два месяца до даты проведения. Современная практика показывает, что сначала приглашения чаще всего рассылаются по электронной почте. После того, как ответы будут получены, составляется уточненный список гостей и участникам рассылаются напечатанные на бумаге приглашения в традиционном конверте. Если приглашение на два лица – будет соответствующая пометка, если на одного человека, то в приглашении только его имя. Также в приглашении могут быть указаны вид приема и дресс-код. Если указывается вид приема, то слово «прием» заменяют на его название, к примеру, на коктейль, при этом название приема не берется в кавычки. К приглашению может прилагаться дополнительная информация – схема проезда, информация о транспортной доступности и наличии парковки и др., а также (при необходимости) карточка для ответа. В этой главе мы рассматриваем приемы без рассадки за столом, но если прием с рассадкой, то в приглашение вкладывается карточка с названием «Ваше место за столом», где изображена схема рассадки и указано конкретное место приглашенного гостя, чтобы, войдя в зал приема, человек мог заранее сориентироваться и, возможно, узнать о гостях, сидящих рядом с ним за столом. Бланки приглашений заблаговременно заказываются в типографии. Вы можете заказать универсальные бланки, в которые позднее от руки будет вписана необ-

ходимая информация. В качестве исключения, если нет специального бланка, приглашение может быть напечатано на бланке компании. В этом случае его вкладывают в конверт, сложив трижды, но лучше заранее позаботиться о наличии специальных бланков приглашений.

В бизнес-среде к оформлению приглашений на приемы относятся намного проще, чем в дипломатических кругах, но знать о нюансах не будет лишним. Форма приглашения зависит от степени официальности приема. Обратите внимание, что в классическом варианте текст приглашений на формальные мероприятия принято печатать курсивом, используя традиционные шрифты, цифры пишутся прописью, а имена приглашенных вписывают от руки. В приглашениях на более неформальные мероприятия текст не печатают курсивом, шрифт может быть любым, дата и время указываются цифрами, а в тексте содержится информация, необходимая для ответа, – имя контактного лица, телефон, e-mail, возможно дополнительная информация. После аббревиатуры R.S.V.P. указывается желательная дата ответа.

Примерный текст формального приглашения:

Уважаемый (мая) господин (госпожа)

Руководство компании N (или конкретное лицо с указанием должности) имеет честь пригласить Вас на прием (информация по какому поводу устраивается прием), который состоится в пятницу, восьмого февраля две тысячи девятнадцатого года в восемнадцать часов в (далее место проведения приема).

Black Tie

R.S.V.P.

Примерный текст неформального приглашения:

Руководство компании N (или конкретное лицо с указанием должности) имеет честь пригласить представителя вашей компании на прием (информация по какому поводу устраивается прием), который состоится в пятницу, 8 февраля 2019 года, с 18.00 до 20.00 (далее место проведения приема).

R.S.V.P. до 25 января
Имя контактного лица,
телефон,
e-mail

В приглашениях на приемы, проводимые стоя, без раскладки за столом, обычно не указывается просьба ответить на приглашение. Если же вы получите приглашение, в котором будет содержаться просьба ответить, которая может выглядеть как фраза на русском языке «Просьба подтвердить ваше участие» или взятая из дипломатического протокола аббревиатура R.S.V.P. (*Répondez s'il vous plaît* (фр. – ответьте, пожалуйста), ответ должен быть дан обязательно. Если в приглашении написано *regrets only* (от англ. – «только извинения»), ответить следует только в том случае, если вы не сможете присутствовать на данном мероприятии.

При подготовке ответа руководствуйтесь либо пожеланиями организаторов приема, либо общим правилом, согласно которому ответ дается таким же образом, как было получено

приглашение – на письменное отвечайте в письменном виде, на приглашение, полученное по электронной почте, – электронным письмом.

Если на приглашение дается письменный ответ, текст принято писать в третьем лице. В случае положительного ответа приглашенный «благодарит за любезное приглашение на прием (дата) и с удовольствием принимает его». В случае отрицательного ответа так же «благодарит за любезное приглашение на прием (дата) и сожалеет, что не сможет присутствовать, поскольку связан предыдущим обязательством». Если приглашение требует ответа, он должен быть дан обязательно в течение двух дней после получения приглашения на прием. Отсутствие ответа или его запоздалость рассматривается как проявление невежливости и неучтивости. В случае, если по каким-либо причинам ответ не может быть дан заблаговременно, лучше отказаться от приглашения, чем совсем не давать ответа или затягивать его. После того как был дан положительный ответ на приглашение, посещение приема является обязательным. Отказ всегда должен быть мотивирован. Универсальными причинами отказа от посещения приема считаются взятые из дипломатической практики варианты «из-за данных ранее обязательств» или «по причине отсутствия в городе в указанный срок». В случае получения приглашения от малознакомых или незнакомых лиц, когда вы не собираетесь идти на это мероприятие, не следует объяснять организаторам причину своего отсутствия. Доста-

точно фразы «Господин/госпожа (фамилия) сожалеет, что у него/нее не будет возможности присутствовать на приеме (далее указывается дата проведения приема)». Переадресовывать именное приглашение считается дурным тоном. Это возможно сделать только по очень уважительной причине и в этом случае человек, которому были делегированы полномочия, при посещении приема обязан объяснить организаторам мероприятия причину, по которой приглашенный не смог присутствовать на приеме лично.

По правилам делового этикета приглашенный должен ответить на приглашение без напоминаний от организаторов мероприятия.

Подготовка помещения для проведения приемов

Если организаторы приема планируют провести его на арендуемой территории, проблем не возникает, т. к. обычно такие залы полностью приспособлены для проведения подобных мероприятий. Если прием планируется проводить на территории своей компании, рекомендуется соблюдать следующие основные требования к помещению:

- достаточно просторное;
- хорошо проветриваемое;
- хорошо освещенное;
- квадратной или прямоугольной формы.

Рядом желательно расположить помещения вспомогательного назначения:

- гардероб;
- курительные и туалетные комнаты;
- камеру хранения.

Если помещение для приема удалено от главного входа в здание, должны быть предусмотрены указатели или организовано сопровождение гостей. Также важно обеспечить место для парковки автомобилей гостей, приглашенных на прием.

Правила поведения на приемах

В зависимости от вида приема и, соответственно, подаваемого угощения, повода для организации, числа гостей, статусного уровня участников и других характеристик, существует много нюансов, связанных с временем прибытия на прием, временем нахождения на мероприятии и временем отъезда. Рассмотрим лишь общие положения.

Организаторы приема или почетное лицо, в честь которого устраивается прием, должны находиться на приеме в течение всего времени его проведения, а гости вольны распоряжаться своим временем. Но если гость приходит к началу приема и уходит в конце – это является выражением особого

дружественного отношения к организаторам приема. Вполне корректным считается присутствие на двухчасовом приеме в течение полутора часов. Если же гость приезжает в последние полчаса до окончания мероприятия или уезжает вскоре после начала приема (без объяснения причин подобного поведения) – в большинстве случаев это демонстрация натянутых отношений с организаторами приема. Но если это важная персона, то даже недолгое присутствие VIP на приеме поднимает статус этого мероприятия. Сколько бы времени VIP ни провел на приеме, никто из других гостей не может позволить себе уйти раньше этого человека.

Если в тексте приглашения время начала приема сопровождается словами «ровно в...» или пометкой *s.t.* (от лат. *sine tempore* – точно, вовремя, без опоздания), следует быть пунктуальным.

Если время начала приема указано в диапазоне, к примеру, 17.30–18.00, это не дает гостю права появиться в 17.55, т. к. эти полчаса даются не только на съезд гостей, но и для возможности спокойно поздороваться с хозяевами и другими гостями мероприятия перед его официальным началом. При таком времени начала допустимо появиться на приеме не позднее, чем через 15 минут от времени его начала. Также право опоздать на четверть часа дает аббревиатура *s.t.* (от лат. *sum tempore* – не спеша). На непродолжительные по времени дневные приемы не следует опаздывать.

По правилам делового этикета младшие по статусу со-

трудники не должны приходить на прием позже и не должны покидать прием раньше своего руководства. Если из одной организации приглашено несколько человек, и они прибывают на прием одновременно, то принято, чтобы первыми в зал для приема входили младшие по статусу сотрудники, а затем старшие.

Иногда при проведении приема в начале мероприятия организаторы могут выстраиваться в так называемую «линейку» для приветствия гостей у входа в зал для приема (на дневных приемах хозяева обычно не встречают гостей). Каждый гость, как минимум, обязан поприветствовать хозяев рукопожатием и представиться, если это первая встреча. Уместны фразы: «Добрый вечер! Рад вас видеть!» или «Добрый вечер! Поздравляю вас с ...» (если прием устроен по случаю какого-то праздничного события). Далее в течение приема принято по возможности подойти к организаторам и сказать им несколько приятных слов по случаю проведения приема. Современная европейская практика показывает, что прощальная «линейка» не выстраивается, но правила вежливости обязывают гостей, покидая прием, поблагодарить хозяев и попрощаться также с рукопожатием. В то же время при посещении приемов в арабских странах вы увидите, что в большинстве случаев в конце мероприятия хозяева снова встанут в ряд, чтобы попрощаться с гостями.

Если вы опоздали к официальным приветствиям, постарайтесь разыскать организаторов и при необходимости пред-

ставиться им, иначе они даже не узнают, что вы были на приеме, и не познакомятся с вами. В противном случае вы вряд ли получите повторное приглашение. Если по какой-то причине в течение приема вам не удалось поприветствовать организаторов, поговорить с ними и поблагодарить, на следующий день после проведения приема обязательно напишите им благодарственное письмо, в т. ч. с выражением сожаления, что во время приема вам не удалось пообщаться.

Основное внимание следует уделять общению с организаторами и гостями приема, а не предлагаемому угощению, как, к сожалению, еще достаточно часто поступают некоторые гости, оказавшись на такого рода мероприятиях.

Время разговора с одним собеседником на приеме не должно превышать 5–15 минут (хотя, разумеется, бывают и исключения), т. к. у интересующего вас человека могут быть свои планы относительно контактов с другими людьми. Важно правильно выбирать темы для разговоров. Воздерживайтесь от противоречивых и острых тем. Задавайте людям простые вопросы, чтобы они могли высказать свое мнение, и внимательно слушайте своих собеседников. Как бы ни было велико искушение воспользоваться ситуацией и узнать у специалиста ответ на интересующий вас вопрос, не заводите разговоры на профессиональные темы. В своих суждениях и оценках старайтесь быть максимально лояльным, особенно по отношению к своей компании и коллегам. Общаясь с новыми знакомыми, воздержитесь от любых, казалось бы,

даже нейтральных шуток. Не принято сплетничать, критиковать, обсуждать присутствующих. Постарайтесь не увлечься процессом разговора как таковым. Помните, что основная цель заключается не в умении продемонстрировать мастерство ведения светской беседы, а в умении установить контакт с собеседником для последующего возможного делового сотрудничества. Но, обратите внимание, сделать это тонко, а не «продавать» свое предложение сразу после слов приветствия и представления.

Во время приемов действуют следующие правила представления:

- одного человека представляют группе;
- почетного гостя, если прием устраивается в его честь, обязательно представляют всем присутствующим и лично знакомят с несколькими приглашенными;
- вновь прибывшего гостя хозяева приема знакомят с двумя-тремя пришедшими ранее гостями.

В ситуациях знакомства с другими гостями приема желательно, чтобы вас представлял посредник. Но если такой возможности нет, не стесняйтесь делать это самостоятельно, т. к. находящиеся на приеме люди готовы к тому, что незнакомцы могут представляться сами. Прежде чем подойти с целью представиться к группе беседующих людей, постарайтесь заранее оценить, насколько они увлечены беседой и примут ли нового знакомого в свою компанию. Если

ваша попытка приобщиться к беседе закончится неудачей, не огорчайтесь. Попробуйте найти более доброжелательных собеседников.

Если к группе гостей, в которой вы находитесь, присоединяется ваш знакомый, при необходимости представьте его гостям и введите в тему разговора, например, сказав: «Мы сейчас говорили о... Как вы думаете?..»

Поскольку на приемах приходится часто менять собеседников, очень важно вежливо завершить разговор с предыдущим гостем. Для этого существует несколько универсальных вариантов:

- «Рад был пообщаться с вами. А сейчас прошу меня извинить, мне необходимо поговорить с ...».
- «Прошу прощения, но я вынужден вас покинуть. Мне необходимо поговорить с ...».
- «Приятно было увидаться с вами. А вот и... (имя)! Я должен поговорить с ним (с ней). Извините».
- «Давайте пройдемся. Вы знакомы с... (имя)? Позвольте вам представить ...».

Никогда не уходите от своего собеседника молча. Всегда объясняйте причину своего ухода и не забывайте извиниться. Если вы намерены продолжить общение с человеком, скажите: «Буду рад встретиться с вами снова».

Следите за своим невербальным поведением: контролируйте жесты, мимику, позу, осанку, походку. Держитесь спо-

койно и естественно.

Всегда имейте в запасе визитные карточки.

Не забывайте перевести телефон в беззвучный режим.

Не рекомендуется задерживаться на приеме дольше времени, указанного в приглашении, т. к. это может быть обременительным для его организаторов. Даже получив максимальное удовольствие от проведенного вечера, обращайтесь к времени, чтобы «каjeta не превратилась в тыкву».

Общие правила поведения на приемах:

- Не следует громко разговаривать и смеяться.
- Не принято поправлять одежду, прическу и пр. Если обнаружен какой-то непорядок, удалитесь в туалетную комнату, чтобы его устранить.
- Постарайтесь не поворачиваться спиной к окружающим людям.
- Нельзя игнорировать рядом стоящего человека, не включая его в общий разговор.
- Не делайте никаких замечаний по поводу поведения кого-либо из присутствующих на приеме.

Правила поведения на приемах «бокал шампанского», «бокал вина» и «коктейль»

На перечисленных приемах официанты разносят гостям разлитые в бокалы напитки и предлагают закуски. Иногда при проведении приема «коктейль» может быть организован

бар со спиртными и безалкогольными напитками, а в помещении для приема могут стоять маленькие столики.

В зависимости от вида напитка, а следовательно, формы бокала, его принято держать либо за ножку, либо за основание чаши, если ножка очень короткая. И использованный бокал ставят на специальный столик. Никогда не ставьте свой пустой или недопитый бокал на поднос официанту, который разносит напитки. Если у официанта, разносящего напитки, на подносе остался один бокал, можно взять полный бокал и поставить на освободившийся поднос использованный бокал. На приеме «коктейль» использованную шпажку, обычную или гофрированную бумажную салфетку, на которой лежало угощение, кладут на специальный поднос или в контейнер.

В Париже в кабаре «Паради Латан» я видела, как официант открывал бутылку шампанского – освободив горлышко бутылки от фольги и мюзле, он взял бутылку левой рукой за основание, а правой рукой зажал пробку в ладони и левой рукой вращал бутылку, держа ее за дно, – это было красиво.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

На приемах могут произносить речи и тосты (помните, что, в отличие от речи, тост – это одно предложение). Участники приемов нередко допускают ошибку, начиная дегустировать напитки и угощения до того, как прозвучит первый

тост или речь. Следовательно, хозяину рекомендуется выступить с приветственным словом в самом начале мероприятия. Позднее (а на приемах с рассадкой после того, как подан десерт) хозяин стоя произносит тост в честь почетного гостя. По правилам этикета тост произносят, держа в руках только бокал шампанского, но если человек не употребляет алкоголь, можно держать в руке бокал с водой. В большинстве случаев чокаяться не принято – достаточно посмотреть на человека, в адрес которого произнесен тост или на того, кто рядом, и приподнять свой бокал. Если тост за конкретного человека, он никогда не пьет за себя, но всегда благодарит за добрые слова и позднее произносит ответный тост в адрес хозяина мероприятия. Во время тоста не принято есть, накладывать себе еду или продолжать разговаривать. После произнесенного тоста гости делают один-два глотка из своих бокалов, но никогда не пьют до дна (женщины вообще никогда не пьют до дна). Еще один нюанс: хозяин мероприятия не может предоставить слово кому-либо из гостей, если гости не были предупреждены о возможности выступления.

Правила поведения на приеме «фуршет»

Следует подойти к столу, где стопками стоят тарелки, лежат приборы и салфетки.

Взять тарелку в левую руку и положить на тарелку вилку. Под тарелку можно положить салфетку, чтобы восполь-

зоваться ею при необходимости.

Следуя вдоль главного стола, положить на тарелку понравившееся угощение с помощью прибора для раскладки, а не своей вилкой. Если для раскладки сервировано два прибора – ложка и вилка, поставьте свою тарелку на край стола и возьмите угощение ложкой, держа ее в правой руке, а вилкой, находящейся в левой руке, придерживайте порцию еды, перенося ее на свою тарелку. Не забудьте вернуть приборы для раскладки в общее блюдо.

Барная стойка, как правило, находится отдельно от стола с угощением. Подойдя к ней, попросите официанта налить вам тот или иной напиток или возьмите уже наполненный бокал. В редких случаях напитки и посуда для них могут быть расставлены на торцах главного стола. В этом случае вы самостоятельно себя обслуживаете.

Бокал принято держать в правой руке, но, если вам предстоит рукопожатие, возьмите его в левую руку или поставьте на ближайший столик, если он находится рядом с вами. Не рекомендуется одновременно держать в руках бокал и угощение или ставить бокал на тарелку – лучше ограничиться чем-то одним.

Желательно, чтобы кроме главного стола в помещении стояли дополнительные столики. В этом случае, положив закуску на свою тарелку, остановитесь около них. Если дополнительных столиков нет, можно поставить свою тарелку на край главного стола (при сервировке край стола специаль-

но ничем не заставляют именно для этих целей), но следить за тем, чтобы у других гостей была возможность подойти за угощением.

Принято несколько перемен тарелок и приборов: для закуски, для горячих блюд, для десерта. Дамы самостоятельно кладут угощения на свою тарелку.

Использованные тарелку, прибор и бокал оставляют на специальном столе для использованной посуды – такой стол обязательно должен быть в зале. Обратите внимание, что использованную посуду не возвращают на главный стол.

Не принято ничего передвигать на сервированном столе, тянуться через стол, чтобы взять какое-то блюдо или просить окружающих передать вам понравившееся угощение.

Дамам рекомендуется контролировать, чтобы на бокале не оставалось следов от губной помады.

Всегда важно верно рассчитывать свои силы при употреблении алкогольных напитков и помнить о возможных последствиях в случае ошибки.

Одежда для приемов

Да, мир деформализуется. Это касается и одежды. И радикалы, не желающие мириться с традиционными правилами выбора вечернего костюма утверждают, что больше не следует их соблюдать, считая, что это архаично, скучно и не выражает того, что называется емким словом *personality*. Но

что плохого в традиции, отличительными признаками которой являются мужчины в смокингах и дамы в платьях с открытой спиной?

В международной протокольной практике дневные приемы считаются менее торжественными по сравнению с вечерними, поэтому и форма одежды для этих приемов будет различна.

Если возникают сомнения по поводу выбора одежды, рекомендуется обратиться к организаторам приема за уточнением. Не стесняйтесь этого делать – лучше все уточнить заранее, чем неудобно чувствовать себя на приеме.

К большому сожалению, практика показывает, что очень часто гости мероприятия, несмотря на указание формы одежды в приглашении на прием, не выполняют этой рекомендации, позволяя себе появиться на приеме чуть ли не в джинсах. Но соблюдение дресс-кода – это прежде всего проявление уважения к себе и принимающей стороне. Конечно, в XXI веке, если это не приемы с дресс-кодом *white tie* или классическим *black tie*, никто не будет отслеживать высоту каблука обуви или форму и размер вечерней сумочки, но не стоит оказываться в неловкой ситуации, появившись на мероприятии в неуместном наряде. К тому же, если вы успешно делаете карьеру и расцениваете посещение приемов как возможность приобрести нужные знакомства, то результат во многом будет зависеть от вашего внешнего вида.

Традиционно в приглашении на прием дресс-код указы-

вает форму одежды только для мужчин. Считается, что, поскольку дамы имеют больше свободы в выборе одежды, они могут сориентироваться по указанному дресс-коду самостоятельно.

В последние годы появилось очень много видов дресс-кодов для посещения приемов и различных деловых и светских мероприятий. Иногда кажется, что организаторы не устают придумывать новые названия. Но по большому счету, если не совершать принципиальных ошибок, детали костюма не так уж и важны (повторю, кроме приемов с дресс-кодом white tie или black tie).

В современной европейской практике в большинстве случаев в приглашении на прием нет указаний на форму одежды. Считается, что приглашенные сделают правильный выбор, увидев время и повод для проведения мероприятия. Если форма одежды не допускает разночтений, дресс-код будет указан. Общее правило: чем более торжественный характер имеет прием и чем в более позднее время он проводится, тем наряднее одежда.

Если в приглашении не указан дресс-код, а прием начинается не позднее 18.00, гости могут появиться на приеме в повседневном деловом костюме, добавив соответствующие аксессуары. Так же следует поступить в случаях, когда в приглашении указан дресс-код Ba5 (business after five), daily suit. Дресс-код dark suit, lounge suit предполагает присутствие на мероприятии мужчин в темном, но не черном костюме с бе-

лоснежной сорочкой и красивым галстуком, а дамы в этом случае могут надеть элегантное платье или деловой костюм, но сделать образ более утонченным. На приеме «коктейль» мужчины могут появиться в темном костюме-двойке или костюме-тройке, а женщинам рекомендуется надеть коктейльное платье, которое может быть любого цвета, а не только черным. В весенне-летний период предпочтительнее надевать в меру яркие платья или платья в светлых тонах. Зимой традиционно используются более глубокие оттенки.

На приемы, начинающиеся в 20.00 и позднее в зависимости от указанного дресс-кода, мужчины надевают темный костюм, смокинг или фрак, женщины – длинное вечернее платье, коктейльное платье или женский смокинг и ювелирные украшения. На приемы, начинающиеся до 20.00 женщинам не рекомендуется надевать вечерние (длинные и открытые) платья. Для приемов, начинающихся после 20.00 в большинстве случаев платье должно быть длиной до пола или до щиколоток. Альтернативой вечернему платью могут быть вечерние пиджаки, напоминающие мужские смокинги (так называемый женский смокинг). К ним подходят и платья-футляры, и как узкие, так и очень широкие и расклешенные брюки, но такая форма одежды не подходит для мероприятий с дресс-кодом white tie.

В случае, требующем присутствия на приеме непременно в смокинге, в приглашении ставится дресс-код black tie (англ. – черный галстук), cravate noire, или «вечернее платье».

Классический смокинг – элегантный черный (гораздо реже – густой темно-синий) мужской шерстяной костюм, состоящий из однобортного (с заостренными лацканами или воротником-шалькой) или двубортного (только с заостренными лацканами) пиджака с атласным воротником и брюк без отворотов с одинарными атласными лампасами. Брюки для смокинга имеют завышенную талию и пояс без шлевок, т. к. не предполагают наличие ремня. В классическом варианте на пиджаке нет шлиц, но современные смокинги часто шьют с двумя шлицами. Белый смокинг надевают для вечерних мероприятий на открытом воздухе или в круизах. Покрой белого смокинга аналогичен черному (но воротник только шалевый), а брюки всегда черного (возможно, густого темно-синего) цвета. Пиджак можно носить как застегнутым, так и расстегнутым – это зависит от ситуации. Смокинг носят с белой сорочкой из тонкого хлопка с обычным отложным воротником, двойными французскими манжетами под запонки и черным шелковым галстуком-бабочкой, завязанным вручную (сочетание смокинга с черным шелковым галстуком привычной формы – другая история). Полочки сорочки могут быть и гладкими, и со складками или вставками из хлопка-пике. Сорочка с супатной (потайной) застежкой идеально подходит для смокинга, поскольку пуговицы скрыты. Но и другие варианты застежки, когда штифты, черные или белые пуговицы остаются на виду, встречаются очень часто. Обратите внимание, что хотя современные стилисты

допускают и сорочку с фрачным воротником-стойкой с уголками, но из-за эффекта «ошейника» этот вариант смотрится менее элегантно.



Не путайте понятия галстук-бабочка и галстук-бантик — по размеру он чуть меньше галстука-бабочки, более плоский и имеет узкие края. Его изготавливают с готовым узлом, резинкой и застежкой. Элегантный мужчина никогда не наденет такой галстук. Согласитесь, что в конце вечера, если позволяет обстановка, мужчина с вальяжно развязанной бабочкой смотрится несравнимо лучше, чем мужчина, который пытается незаметно спрятать снятый бантик в карман. И два слова о размере, цвете и рисунке: бабочка не должна быть шире лица мужчины, а лучше — не шире, чем расстоя-

ние между внешними углами глаз. Со смокингом носят черную бабочку, а с фраком белую. И если вечером вы хотите выглядеть элегантно, забудьте о цветных бабочках и бабочках с рисунком. Навсегда.

Широкий пояс-кушак из черного шелка (камербанд) допустимо надеть с однобортным смокингом на одной пуговице, если она достаточно высоко расположена, чтобы не было видно пояса брюк. Обратите внимание, что складки камербанда всегда заложены вверх. При других вариантах кроя пиджака эта деталь явно «перегружает» костюм. Современная практика показывает, что даже смокинги на одной пуговице чаще носят без пояса.

В нагрудном кармане черного смокинга безупречно смотрится простой льняной белый платочек. С этим никто не спорит. Некоторые стилисты считают, что при желании добавить цвета, можно, например, вложить в карман платочек из красного шелка, край которого непременно должен быть обработан вручную, но другие не разделяют эту точку зрения. Кроме платочка в нагрудном кармане, смелые мужчины могут позволить себе маленькую бутоньерку из живых цветов в петлице, а самые отчаянные модники – переместить бутоньерку во внутренний край нагрудного кармана, закрепив ее специальным зажимом.

Однажды на приеме я видела господина, который, несомненно, очень старался, собираясь на это мероприятие. В нагрудном кармане пиджака у него был

нарядный платочек, а в петличке на левом лацкане – довольно крупный цветок. Этот гость был замечен, но, к сожалению, не элегантен из-за неправильно выбранного размера цветка.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

К смокингу чаще всего надевают черные лакированные оксфорды или оксфорды с умеренно полированным верхом. Носки – черные, тонкие, высокие (гольфы).

Если мужчина не принадлежит к категории «светских львов», скорее всего у него нет собственного смокинга, поскольку нет и возможностей часто посещать вечерние мероприятия, требующие такой формы одежды. Поэтому разумнее при необходимости взять смокинг напрокат. Но, в отличие от смокинга, нельзя взять напрокат обувь. Купите полированные или лакированные туфли, и, возможно, шанс надеть их скоро появится.

Иногда организаторы приема не хотят диктовать жесткие требования к форме одежды гостей, но предлагают им одеться, придерживаясь дресс-кода **black tie**. В этом случае могут быть варианты:

- **black tie invited** – смокинг приветствуется, но допустим и темный костюм. Для женщин – вечернее или коктейльное платье, нарядный костюм, женский смокинг в сочетании с туфлями на высоком каблуке и другими аксессуарами;
- **black tie optional** – смокинг необязателен. Женская одеж-

да аналогична дресс-коду *black tie invited*;

- *black tie creative* – предполагает творческий подход к выбору вечерней одежды, но проявите благоразумие.

Существует понятие смокинг и собственно «курительный пиджак», который англичане надевают на домашние торжества. Такой пиджак отличается от смокинга тем, что шьется из цветного бархата глубоких темных тонов, как правило, с шалевым воротником, который может быть выполнен в контрастном цвете. К примеру, из черного шелка. И хотя современные стилисты допускают такую форму одежды на светских мероприятиях с дресс-кодом *black tie creative*, смокинг из шерстяной или смесовой ткани, бесспорно, смотрится гораздо элегантнее.

Дресс-код *white tie* (англ. – белый галстук), гораздо реже *cravate blanche*, или «полный вечерний туалет» означает, что организаторы приема желают видеть гостей во фраке. В этом случае женщины могут появиться только в длинном платье, причем не просто вечернем, а максимально торжественном. Обратите внимание, что этот дресс-код (как и дресс-код *black tie*) допускает появление гостей на приеме в национальной одежде (и мужчин, и женщин) или мужчин в парадной военной форме, но чаще всего подразумевается именно фрак. Мало кто получает приглашения с таким дресс-кодом, поскольку фрак носят при королевских дворах, на дипломатических приемах, вручении Нобелевской пре-

мии, официальных балах, премьерах в некоторых театрах, торжественных ужинах и т. п., но если организаторы мероприятия указывают в приглашении именно эту форму одежды, важно проявить уважение к ним и одеться соответственно.

Компоненты полного вечернего костюма строго определены и не подлежат изменениям. Фрак всегда черный, сшит из легкой шерсти, лацканы отделаны шелком, как и в смокинге. Декоративные пуговицы никогда не застегиваются. Если мужчина сидит, фалды фрака следует аккуратно разложить по бокам, а не садиться на них. Фрачные брюки с завышенной линией талии, без шлевок и имеют вырез на поясе сзади, т. к. их носят с подтяжками (только белого цвета), а не с ремнем. По бокам внешней части они имеют двойные лампасы, чем отличаются от брюк для смокинга. Как и брюки для смокинга, они никогда не имеют отворотов. Под фрак надевают белую сорочку, манишка которой отделана мелкими складками или вставкой из хлопка-пике. Сорочка имеет воротник-стойку с уголками под белый галстук-бабочку (с фраком носят сорочки только с такой формой воротника) и одинарные манжеты, застегивающиеся запонками. Классическая фрачная сорочка застегивается на штифты, но возможны и перламутровые пуговицы, как и на жилете. Поверх сорочки надевается белый двубортный или однобортный жилет с воротником-шалькой и глубоким вырезом. Жилет не должен быть ниже уровня нижней части фрака для

сохранения безупречного черного силуэта. Единственными допустимыми аксессуарами являются белый льняной платок в нагрудном кармане и бутоньерка из живых цветов в петлице. Кавалеры военных и гражданских наград могут носить их на фраке с левой стороны во время официальных, но не светских мероприятий. Обратите внимание, что с фраком не носят наручные часы – только карманные.

К фраку мужчины надевают только черную лакированную обувь. Строгие приверженцы традиции выбирают глубоко вырезанные лодочки с плоским шелковым бантом. Тем, кто не готов к бантам, предлагается альтернативный вариант – оксфорды. Носки – черные, тонкие, высокие (гольфы).

Мне рассказывали историю о том, как в середине 1990-х годов один российский бизнесмен, будучи в Великобритании, получил приглашение на прием, где был указан дресс-код black tie. Он знал, что это означает смокинг, но решил для нарядности надеть к нему белую бабочку и прекрасно себя чувствовал в этот вечер, пока сначала один, а потом второй и третий гость в ходе мероприятия не попросил его принести сок, джин-тоник и снова сок. И тогда, оглядевшись вокруг, он с ужасом обнаружил, что белые бабочки со смокингом носят только официанты, а все джентльмены в черных галстуках. Когда через некоторое время его средства и связи позволили ему быть приглашенным на прием в Букингемский дворец, он, невзирая на слова в приглашении white tie, чтобы

второй раз не ошибиться, надел к фракку черную бабочку – все повторилось: присутствующие удивленно поглядывали на официанта, протиснувшегося в ряд представлявшихся Ее Величеству гостей.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

При посещении приемов с дресс-кодом white tie или black tie женская одежда должна быть более нарядной и изысканной, чем для обычного приема. Платье – это украшение женщины. Платье полуприлегающего силуэта может быть сшито из шелка, шифона, кружев, крепов и т. п. материалов.

Дресс-код white tie подразумевает только длинное платье. Оно может быть с длинным или коротким рукавом, умеренным декольте, но закрытой спиной. В ряде случаев допустимы и платья с открытыми плечами. К декольтированному платью без рукавов могут быть надеты длинные перчатки, которые должны заканчиваться посередине между локтем и плечом, но в современной практике их носят очень редко, или на плечи может быть наброшена накидка. Дресс-код black tie допускает не только декольте, но и не слишком глубокий вырез на спине и не слишком высокий разрез. Платье может быть не только длинным. Более того, кроме платья допустимы комплекты из нарядных тканей и женские смокинги в сочетании с брюками или платьями-футлярами. Существует негласное правило: если у женщины нет соответствующего наряда, ей не следует посещать приемы с дресс-кодом

white tie или black tie.

Универсальным вариантом женской одежды для большинства вечерних приемов (за исключением специальных указаний на этот счет в приглашении) остается «маленькое черное платье», придуманное Габриэль Шанель. Несмотря на прошедшие десятилетия, это платье сохраняет свое главное достоинство – оно никогда не затмевает женщину. Маленькое черное платье хорошо еще и тем, что оно дает возможность вариативности, игры с классикой, оставаясь в рамках вкуса. Оно может быть достаточно открытым, но лишь до определенного предела – до той точки, когда женщина еще не теряет элегантности. Такое платье беспримысленно – контрастность (на фоне яркого освещения помещения) и графичность неизменно притягивают взгляды окружающих. Платья могут быть прямыми, футлярами, чуть расклешенными, приталенными, без рукавов, с короткими или длинными рукавами, иметь V-образный, круглый вырез или вырез-каре. Приветствуются все оттенки черного – от угольного до цвета мокрого асфальта. К таким платьям не требуется никаких броских украшений. Вполне достаточным будет выбрать изящные туфли-лодочки, одно украшение и вечернюю сумочку.

Помните, что при посещении любого приема женская обувь – это только туфли. Повод, по которому проводится прием, определяет некоторые ограничения в выборе женских вечерних туфель, но для такой обуви почти всегда ха-

раактерны красивый декор и акцент на каблук. Важно, чтобы туфли имели элегантный силуэт – он подразумевает легкость (красивый вырез, изящная форма каблука). Если дама надевает вечернее платье в пол, когда виден только нос обуви, он должен быть закрытым, поскольку к одежде для торжественных случаев, как правило, надевают закрытую обувь. Чулки (колготки) обязательны. Остальные аксессуары должны гармонировать с костюмом и быть максимально элегантными. Особое внимание обратите на выбор вечерней сумочки, которая придает образу завершенность. Простое платье – максимально эффектная сумочка, заметное платье – лаконичная сумочка. Выбор модели определяется личными предпочтениями – это может быть и сумочка с ручками, и сумочка с ремешком или на цепочке через плечо, и клатч хотя два последних варианта не всегда удобны.

При подготовке к приему женщинам важно продумать свою прическу. Вечерняя прическа должна быть стойкой, удобной, но главное правило – она не должна выглядеть как «только что из парикмахерской». При проведении вечерних мероприятий приветствуются гладкие (даже на коротких волосах, к примеру, гладкий боб) или высокие прически, с которыми отлично смотрятся серьги-подвески или различные виды украшений для шеи. Если дама обладает роскошными волосами, их можно показать в самом лучшем виде: либо выпрямив до идеальной гладкости, либо, используя укладочные средства, создать эффект локонов или легких волн,

струящихся по плечам, что выглядит очень женственно и всегда привлекает внимание окружающих. Но, обратите внимание, что при посещении приемов с дресс-кодом white tie не принято оставлять волосы распущенными.

Не забывайте, что вечерние прически должен сопровождать вечерний макияж.

На приемы, начинающиеся до 20.00, желательно надевать дорогую бижутерию, а при более позднем начале мероприятия уместны ювелирные украшения с драгоценными камнями. При посещении приемов с дресс-кодом white tie – только натуральные камни. Это может быть малая парюра (полупарюра) (от франц. *parure* – украшение) – комплект ювелирных украшений, подобранных по материалу, виду камней и стилю исполнения, состоящий из 2–3 предметов, или только одно, но эффектное украшение. Если в полупарюре один из камней крупный, то в других изделиях камни должны быть небольшими. Простота и изысканность всегда подчеркнут вашу красоту. Украшения должны дополнять, а не подавлять или перебивать друг друга. Обратите внимание, что на вечерних «королевских» приемах полупарюра уместна, но в других ситуациях подобные ювелирные комплекты не носят – это считается старомодным. К примеру, во время делового ужина с партнерами женщина может надеть гармонирующие (но не комплектные) серьги, сотуар или небольшую изящную подвеску, кольцо, но важно не перестараться. Если выбрано одно выразительное украшение, откажи-

тесь от всех остальных.

Не забывайте при подготовке к посещению приема продумать не только вечерний костюм, но и правильно подобрать верхнюю одежду, чтобы образ в целом смотрелся гармонично. Эта рекомендация адресована и мужчинам.

Деловой обед

Деловой обед (как и деловые завтраки и ужины) является неотъемлемой частью делового общения. В это время могут обсуждаться серьезные вопросы, или встреча может быть назначена с целью определения круга взаимных интересов. В какой бы роли, «хозяина» или «гостя», вы ни оказались, приглашение на обед – это всегда знак расположения и желания создать или укрепить деловые и личные связи. Неформальная обстановка таких встреч позволяет ближе узнать клиентов или партнеров, что ощутимо облегчит работу с ними. И как бы ни прошла эта встреча, в любом случае вы узнаете об этих людях много нового. Во время обеда партнеры всегда оценивают друг друга и по умению красиво есть, и по умению вести беседу, и по умению элегантно выглядеть, и по умению расположить к себе участников встречи. При этом многие люди, чувствуя себя уверенно в различных ситуациях делового общения в офисной обстановке, теряют уверенность за столом и по этой причине иногда отказываются от совместного обеда. Более того, нередко приходится слышать: «Я каждый раз напрягаюсь, когда вижу перед собой столько вилок!» Но таким заявлением человек «расписывается» в том, что он не способен отличить закусочную вилку от вилки для рыбы или мяса, и в том, что не считает нужным научиться таким простым вещам. На самом деле все очень

просто: чем больше вы знаете о правилах поведения за столом и чем чаще вы практикуетесь (тренироваться вы можете ежедневно и не один раз), тем увереннее себя чувствуете. Современные формы и средства связи, безусловно, помогают экономить столь ценное время, но вы не сможете провести деловой обед виртуально, а значит, вам потребуются различные навыки личного общения, которые, к сожалению, постепенно утрачиваются при дистанционном общении из-за недостатка практики. И может получиться так, что, подготовив все для проведения делового обеда, встретившись, участники могут не понравиться друг другу в процессе личного общения. Отсутствие коммуникативных навыков и плохие манеры за столом не только демонстрируют невоспитанность человека. Они не способствуют успеху в делах, раздражают и приводят в смущение окружающих. Возможно, проведя один совместный обед, деловые партнеры больше не захотят встречаться с этим человеком, а позволить себе пренебрегать деловыми связями в наше время жесткой конкуренции – непростительное расточительство. Знание правил поведения за столом поможет вам увереннее общаться с деловыми партнерами и станет залогом дальнейшего успешного сотрудничества с ними.

Общие правила подготовки и проведения делового обеда

В первую очередь необходимо четко сформулировать для себя, какие вопросы нужно обсудить во время встречи за столом. Не лишним будет даже записать основные из них (пунктов не должно быть много). Определитесь, каких результатов вы ждете от планируемого обеда: просто поближе познакомиться с человеком, рассказать о своей продукции или услугах, провести презентацию, обратиться с деловым предложением и т. п. Кроме того, важно уметь поддерживать любой разговор (особенно на начальной стадии знакомства), а для этого постоянно нужно быть в курсе последних, в т. ч. местных, новостей, уметь поддерживать разговор о новостях культуры, спорта, гастрономии и ресторанных новостях, о погоде, домашних животных, отпуске и т. п. И в то же время не затрагивать в разговоре острых тем, таких как политика, острые национальные вопросы, деньги, религия и секс. За столом не принято также говорить о здоровье (хорошем или плохом).

В рамках проведения деловых переговоров инициатором встречи может быть любая из сторон-участниц переговоров. При персональном приглашении важно соблюдать правило: приглашают либо равных по статусу партнеров, либо младших, но не старших.

О дате, времени и месте встречи важно договариваться точно. Постарайтесь предложить такое время встречи, чтобы не попасть в час пик, когда в обеденное время в ресторане много посетителей, т. к. в это время увеличивается нагрузка на официантов и они медленнее обслуживают клиентов. Поэтому рекомендуется предложить либо чуть более раннее время начала встречи, либо, наоборот, начать обед чуть позже.

После согласования даты и времени встречи важно определиться с местом, назвав партнеру точный адрес и название ресторана (полезно иметь собственный список «проверенных» ресторанов в различных частях города, подходящих для совместного обеда с партнером, чтобы в момент договоренности о месте встречи быстро подобрать наиболее подходящий из вариантов).

Помните общее правило: вы, как инициатор встречи, можете предложить дату, время и место, но окончательное решение остается за вашим партнером. Если он соглашается с вашим предложением, сообщите ему, что вы зарезервируете столик на свое имя.

Получив приглашение на деловой обед, принято ответить как можно быстрее, независимо от того, принимаете вы приглашение или отклоняете его. Форма ответа повторяет форму приглашения: если вас приглашали на встречу письменно – написать, по телефону – позвонить.

Часто возникает вопрос, надо ли утром подтверждать до-

говоренность о встрече за обедом. Это ваш выбор. Если вы обедаете с новым деловым партнером, возможно, следует таким образом напомнить ему о встрече. А если вы давно знаете партнера как надежного и пунктуального человека, дополнительное напоминания не требуется.

Если продолжительность встречи не была оговорена заранее, в начале встречи всегда интересуйтесь, каким запасом времени располагает ваш партнер.

Одним из главных навыков участников делового обеда должно являться умение внимательно слушать собеседника, а также грамотно задавать вопросы, направляя разговор в нужное русло. В любом случае эксперты рекомендуют сначала узнать о планах и интересах партнеров, продемонстрировать внимание и уважение к ним и лишь после достижения эмоционального контакта переходить непосредственно к существу вопроса.

Важно позаботиться о своем внешнем виде и знании правил поведения за столом. И то и другое должно способствовать вашей уверенности в себе во время проведения делового обеда. Не забывайте, что классический стиль вас никогда не подведет, и лучше одеться более консервативно, чем небрежно или чересчур нарядно, как иногда делают женщины. Также будьте крайне осторожны с использованием парфюмерных средств. В этом случае лучше меньше, чем больше.

Я договорилась о деловой послеобеденной встрече

с партнером. Моим собеседником оказался мужчина с объемной бородой, в которой, видимо, после обеда осталось несколько хлебных крошек – это было очень неопрятно, и отношение к нему сразу же стало негативным, хотя до этой личной встречи, когда общение велось по телефону, все было хорошо.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Если по какой-то причине вы опасаетесь, что встреча tet-a-tet с партнером противоположного пола может быть неоднозначно истолкована, рекомендуется так же пригласить на обед одного из ваших коллег.

В конце обеда необходимо поблагодарить партнера за встречу и договориться о дальнейших контактах. Универсальной считается фраза: «Я получил(а) большое удовольствие от общения с вами. Благодарю вас за уделенное мне время. Очень рад(а), что нам удалось встретиться и обсудить все важные вопросы». И если, прощаясь после проведенного обеда, вы услышите от другой стороны: «Может быть, нам еще разок так посидеть?», считайте, что обед прошел удачно.

После проведения обеда проанализируйте не только содержательную часть разговора, но и дополнительную информацию и сделайте пометки, чтобы при необходимости вернуться к этим записям.

Особенности делового обеда

К основным особенностям делового обеда относятся:

- Возможность решать актуальные вопросы в неформальной обстановке и лучше узнать партнера, ведь, сидя за одним столом, вы непременно увидите «реального» человека и впоследствии вам будет проще общаться с ним или, наоборот, вы не сочтете нужным продолжать общение.

- Отсутствие формальностей, т. к. организация обеда не требует отправления партнеру специального приглашения. Партнерам достаточно написать друг другу или созвониться (обычно приглашение должно поступить как минимум за неделю до встречи, чтобы заранее внести ее в рабочий график) или договориться о продолжении контакта после официальной фазы переговоров. При этом важно правильно подобрать слова приглашения. Фразы «Я вас приглашаю на обед» и «Давайте пообедаем вместе» похожи, но отличаются по смыслу. У приглашенного не должно быть вопросов о том, кто оплачивает счет.

- Ограниченное число участников встречи, позволяющее проводить за столом более предметное обсуждение вопросов.

- Незначительная продолжительность мероприятия (от часа до полутора часов).

- Краткая содержательная часть, т. к. обед почти всегда

проводится с целью решения одного-двух наиболее важных вопросов сотрудничества. Важно назвать темы, которые вы хотите обсудить, чтобы партнер мог подготовиться к встрече.

- Простота организации, т. к. достаточно позвонить в ресторан или использовать сервис онлайн-бронирования, чтобы зарезервировать стол. Лучше всего остановить свой выбор на достойном ресторане с хорошей кухней, высоким уровнем сервиса и элегантным интерьером (этот совет особенно важен, если вы обедаете с партнером в первый раз). Не рекомендуется для подобного мероприятия выбирать элитный ресторан, т. к., возможно, гости будут чувствовать себя обязанными ответить на ваше приглашение приглашением в подобный ресторан, но это очень тонкий момент и важно понимать, кого и куда вы приглашаете. Иногда именно такой ресторан и будет наиболее подходящим местом для встречи. Также не рекомендуется выбирать ресторан со специфической кухней, к примеру, рыбный или национальный. Если приглашено несколько человек, конечно, угодить на все вкусы сложно, поэтому лучше выбирать универсальную кухню, но если участников только двое, попробуйте заранее узнать о вкусах вашего партнера и пригласите его в наиболее подходящее место. При этом обед желательно устраивать в непосредственной близости от места проведения переговоров или офиса партнера, чтобы не тратить на проезд много времени, или в той части города, где максимально удобно

всем. Если вы приглашаете партнеров в незнакомый ресторан, рекомендуется побывать в нем накануне, чтобы оценить атмосферу и выбрать столик в хорошем месте – либо в дальнем уютном уголке, либо в другом наиболее изолированном месте. Желательно, чтобы ваш разговор не был слышен людям, сидящим за соседними столиками. Помните, что выбор ресторана показывает, насколько значимы для вас деловые партнеры.

- Чтобы не нарушать ритм обеда и, соответственно, беседы, если приглашенный (приглашенные) заказывают определенный набор блюд, к примеру, закуску, основное блюдо и десерт, принято сделать то же самое. Даже если для вас этого много, просто не ешьте всю порцию. Если гость, к примеру, отказывается от десерта и заказывает только кофе, инициатору встречи следует поступить так же. Помните, что гостям предоставляется право выбора блюд первыми.

- Не принято заказывать крепкие алкогольные напитки. Наиболее подходящий вариант – легкие вина. Если вы по какой-либо причине не заказываете вино, скажите об этом партнеру, не объясняя причины, и предложите ему свободу выбора напитков.

- Поскольку во время делового обеда (в отличие от завтрака) участники располагают большим запасом времени, в идеале предполагается, что после заказа блюд и во время подачи закуски они ведут нейтральный разговор, позволяющий почувствовать настроение друг друга. Далее, когда подано

горячее, принято сосредоточиться на еде, чтобы оценить искусство повара, и только после этого переходить к обсуждению деловых вопросов. Но сегодня бизнес стал очень динамичным и во время обеда разговор часто переходит в деловое русло после того, как у вас приняли заказ. Тем не менее есть немало людей, которые не любят смешивать дела и еду, поэтому инициатору встречи следует узнать мнение партнера по этому вопросу, прежде чем начинать деловой разговор. В любом случае конец встречи – это самое важное время в деловом обеде. В это время принимаются все решения и заключаются соглашения. Если вы инициатор встречи, то сначала кратко обобщите то, о чем говорилось в течение обеда, затем подведите итоги и примите решение. Проверьте согласие всех участников встречи. Если нужно, то спланируйте время новой встречи и выясните, что следует сделать в следующий раз, чтобы завершить или продолжить начатое. Еще одно важное замечание: ведя конфиденциальный разговор с деловыми партнерами, помните, что рядом с вами есть и официанты.

- Обсуждение деловых вопросов полагается проводить устно. Вы можете при необходимости обратиться к каким-то записям, но не принуждайте гостей просматривать за столом многочисленные документы – это может испортить впечатление от обеда и значительно снизить его эффективность. Лучше достигнуть принципиальных договоренностей устно, и если вы – инициатор встречи, взять на себя оперативную

подготовку проектов или итоговых документов.

- Оплачивает деловой обед всегда инициатор встречи. Будучи приглашенной стороной, не ставьте партнера в неловкое положение, предлагая доленое участие.
- Обмен сувенирами или подарками в конце мероприятия допустим, но не обязателен. Помните, что подарки не передают через стол – вручая подарок, следует обязательно выйти из-за стола.
- Приняв приглашение на деловой обед, другая сторона получает возможность ответить, организовав похожее мероприятие (это правило не относится к клиентам).

Правила поведения во время делового обеда

Прибытие в ресторан

Одним из важнейших правил делового этикета является пунктуальность. Для организатора мероприятия это обязательное требование. Гости также должны рассчитать время так, чтобы прибыть на встречу без опозданий. Поскольку одной из особенностей делового обеда является ограниченное время встречи – необходимость уложиться в обеденный перерыв, потеря даже нескольких минут может быть ощутимой.

Если приглашенный все-таки опаздывает, следует обязательно предупредить инициатора встречи об опоздании, а появившись, сразу же извиниться. Если, к примеру, приглашенный опоздает на полчаса, можно с уверенностью сказать, что обед пройдет скомканно и не принесет желаемых результатов, а возможно, встречу и вовсе придется перенести. В самом худшем случае, если вы, будучи инициатором встречи, так и не дождетесь приглашенного партнера, напишите ему сообщение, а также спросите у метрдотеля, как вы можете компенсировать причиненные неудобства, т. к. достаточно долго занимали зарезервированный столик, но так и не сделали заказ. Разумеется, что человек, который не пришел на встречу, при первой же возможности обязан извиниться и объяснить причину своего отсутствия. Если по какой-то причине задерживается инициатор встречи, гость ждет его в холле ресторана, не занимая место за столом.

Чаще всего каждый из участников обеда самостоятельно приезжает в ресторан. Но вы можете предложить партнеру привезти его на своей машине (в этом случае необходимо и отвезти его обратно). Когда вы собираетесь пообедать с клиентом, эксперты рекомендуют не упускать возможности отвезти его на вашей машине в ресторан и обратно, избавив от транспортных проблем и проблем, связанных с поиском места встречи.

Если вы – инициатор встречи и прибываете в ресторан не вместе со своим партнером, желательно приехать на 10–15

минут раньше назначенного времени. Войдя в ресторан, поздоровайтесь с администратором, назовите свою фамилию, скажите, что на ваше имя был заказан столик, убедитесь в отсутствии накладок, скажите также, что вы ожидаете гостя (гостей). Уладив эти вопросы, приведите себя в порядок в туалетной комнате. Помните, что не следует причесываться, поправлять костюм, пользоваться парфюмерией, поправить макияж, проверять содержимое портфеля или сумки, находясь в холле ресторана.

Встреча гостей

Инициатор встречи ожидает гостей в холле ресторана, но по договоренности можно ждать и за столиком. Если кто-то из гостей опаздывает, принято занять место за столиком с теми, кто пришел вовремя, попросив администратора проводить к вам остальных.

Если вы входите в зал ресторана вместе со своим партнером, администратор ресторана должен проводить вас к заказанному столику. Помните, что гость идет за администратором, а вы замыкаете шествие. После встречи первым от столика уходит приглашенный, инициатор встречи идет за ним. Если ваш гость задерживается и вы предпочли ждать его в зале ресторана, после того, как администратор подведет гостя к вашему столику, обязательно встаньте и поприветствуйте своего партнера, а также пожмите его руку. В момент

приветствия непременно улыбнитесь и постарайтесь, чтобы партнер почувствовал себя максимально комфортно.

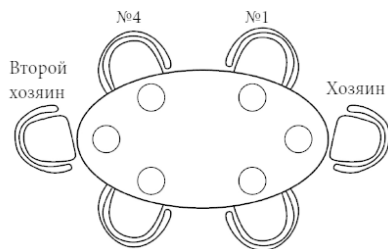
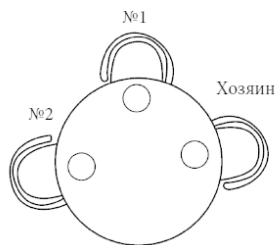
Перед тем, как занять места за столиком, следует выбрать подходящее место для мужского портфеля или дамской сумки. В ресторанах часто рядом со столиком находятся специальные низкие подставки, на которые принято ставить портфели и сумки. Если такой подставки нет, мужчины ставят портфель на пол рядом со своим стулом так, чтобы он не мешал официанту, а дамы могут поставить свою сумку на сиденье свободного стула. Вешать сумку на спинку своего стула не рекомендуется, т. к. она может мешать официанту при сервировке стола и обслуживании клиентов. Также не принято ставить сумки на подоконники, если столик расположен около окна. Если в руках у дамы небольшой клатч, можно поставить его за спиной или сбоку на сиденье своего стула или кресла, но никогда не класть на стол.

Обычно участники делового обеда самостоятельно садятся за стол, но в некоторых ресторанах вам может предложить свою помощь метрдотель, который подвинет вам стул при рассадке за столик. В этом случае не принято сопротивляться его действиям, а следует принять их как должное и обязательно поблагодарить. Если обедают мужчина и женщина, в деловой ситуации не принято помогать даме сесть за стол. Но если мужчина очень галантен, при рассадке за столик он может предложить даме свою помощь, просто спросив ее: «Разрешите мне подвинуть вам стул?» и услышать в ответ:

«Да, спасибо!» или «Нет, спасибо!» – в этой ситуации женщина решает, хочет ли она к себе особого отношения.

Будучи инициатором делового обеда, предложите своему гостю занять наиболее почетное место, а сами сядьте слева от него. Наиболее почетным является место, расположенное лицом к залу ресторана и спиной к стене. Если вы обедаете с двумя партнерами, предложите главному гостю место справа от вас, а другому – напротив.

ВАРИАНТЫ РАССАДКИ



Поведение за столом

Перед началом обеда не забывайте перевести телефон в беззвучный режим или, если вы ждете очень важного звонка, предупредить партнера о возможном звонке и установить режим вибрации (в случае ответа на звонок не забудьте дважды извиниться перед партнером – до и после телефонно-

го разговора). Не забывайте, что класть телефон на стол не принято. Если по какой-то причине вы забыли отключить звуковой сигнал, в момент звонка следует извиниться перед партнером и сразу же сделать это.

Беседуя с партнером, сконцентрируйте все свое внимание только на нем, а не стреляйте глазами по сторонам, – это производит крайне неприятное впечатление и вряд ли упрочит ваши взаимоотношения.

В ресторанах тканевые салфетки могут по-разному лежать на столе, но чаще они находятся либо на подстановочной тарелке, либо слева от приборов. Если салфетка сложена плоско, ее разворачивают не позднее, чем перед подачей первого из заказанных блюд. Если салфетка высокая, ее принято разворачивать в момент, когда официант приносит вам меню, чтобы высокая салфетка не мешала человеку комфортно читать меню, держа его над тарелкой, или сразу после рассаживания за столом. Приглашенные не разворачивают свои салфетки раньше, чем это сделает инициатор обеда.

Тканевую салфетку (размер варьируется от 45×45 см до 60×60 см) складывают пополам в форме прямоугольника или треугольника и кладут на бедра. Верхняя часть салфетки и ее нижняя часть могут совпадать или верхнюю часть салфетки кладут с небольшим смещением по отношению к нижней, чтобы рабочая часть не касалась одежды. Во время ужина салфетку принято разворачивать полностью. В некоторых ресторанах вам на бедра салфетку может положить офици-

ант. В этой ситуации следует спокойно дать ему выполнить свою работу. Не превращайте салфетку в детский нагрудник, пытаясь разместить ее за воротником, и не заправляйте ее за пояс.

Салфетку не используют для вытирания рта от остатков пищи или как носовой платок. Во время обеда салфеткой пользуются каждый раз перед тем, как пригубить напиток, чтобы не оставлять следов на бокале и когда возникает необходимость промокнуть губы, к примеру, после жирной пищи или после того, как сделан глоток. Обратите внимание на формулировку – промокнуть губы, а не вытирать их салфеткой (это правило особенно касается дам, которые должны позаботиться о качестве губной помады, отправляясь в ресторан). Существует несколько вариантов использования салфетки, поэтому и лежать на бедрах она может сгибом к себе или от себя. Какой бы вариант вы ни выбрали, старайтесь есть блюда максимально аккуратно, чтобы оставлять на салфетке как можно меньше следов от еды, и не забывайте возвращать салфетку в исходное положение. Главное – никогда не вытирать губы салфеткой, а лишь промокнуть их, едва касаясь. При необходимости пальцы можно вытирать внешними уголками салфетки. Если салфетка упала на пол, не поднимайте ее. Либо персонал ресторана заметит это и сразу предложит вам новую, либо вам следует сказать об этом официанту.

Если кто-то выходит из-за стола (что возможно только при

острой необходимости), следует извиниться перед остающимися за столом и положить салфетку слева от своей тарелки. Не принято тщательно складывать или комкать салфетку. Ее просто кладут на стол, легко сложив таким образом, чтобы рабочая часть оказалась внутри и загрязненных участков не было видно. В некоторых странах, выходя из-за стола, принято класть салфетку на сиденье стула, но, согласитесь, что это менее гигиенично. Салфетка остается на бедрах до того момента, как вы встанете из-за стола, закончив обед. Легко смяв, ее оставляют справа от последней тарелки или чашки, либо, если посуду убрали, салфетку кладут прямо перед собой.

Я знаю историю, рассказанную одним известным представителем отечественного кинематографа, о том, как он пригласил свою будущую жену в ресторан и на вопрос официанта: «Что Вы будете заказывать?» – она ответила: «Первое, второе и третье».

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

После рассадки за столиком официант приносит меню, и участники обеда определяются с выбором блюд. Делая заказ, постарайтесь не заказывать сложных блюд, которые требуют специальных навыков при их употреблении. К примеру, не стоит выбирать спагетти с разнообразными соусами, блюда, которые крошатся или чересчур запудренные десерты и т. п. Лучше всего выбирать блюда, которые легко есть, разделяя

их на маленькие кусочки. А также не следует заказывать самые дешевые или самые дорогие блюда, т. к. в первом случае вы можете обидеть инициатора обеда своим недоверием к средствам, которыми он располагает, а во втором – поставить его в неловкое положение, если это действительно очень дорого. В то же время инициатор встречи на правах хозяйина может деликатно подсказать своему гостю, что заказать, если он видит, что человек затрудняется с выбором, сказав: «Если вам нравится мясо, рекомендую вам попробовать вот это блюдо». Поскольку инициатор делового обеда заказывает блюда после гостя, необходимо, чтобы заказ прозвучал корректно в сравнении с выбором партнера. К примеру, если вы хотите попробовать легкое блюдо, а ваш партнер заказал нечто калорийное, чтобы не смутить его, скажите о том, что вы сейчас на диете и поэтому предпочтете рыбу с овощами. Важно помнить и об обратной стороне медали – если ваш партнер заказал что-то простое, объяснив, что он на диете, не следует искушать его, выбирая «запретные» блюда.

Когда участники обеда сделали свой выбор, необходимо дать понять официанту, что вы готовы сделать заказ. Проблема в том, что очень часто посетители ресторана, определившись с выбором блюд, продолжают просматривать меню в ожидании официанта, а он не спешит подойти к их столу, и гостям ресторана кажется, что персонал не очень-то и любезен. На самом деле подобная медлительность официанта объяснима и, более того, говорит о его профессионализ-

ме. Дело в том, что знаком для официанта, что вы готовы сделать заказ, служит закрытое меню. Далее следует сделать общий заказ (это задача инициатора встречи) или сказать: «Мой гость хотел бы заказать первым», и официанту становится понятно, кто будет оплачивать счет.

Обратите внимание, что сначала заказывают только закуску и главное блюдо, а также напитки к ним, а десерт и кофе или чай принято заказывать позже.

Я была свидетелем сценки в кафе, когда девушка за соседним столиком заказала себе «кофе-эспресс» – это вызвало у меня улыбку, т.к. кофе-эспрессо не имеет ничего общего со словом «эспресс».

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Вопрос, уместно ли заказывать вино во время делового обеда, иногда вызывает жаркие споры. На мой взгляд – это «буря в стакане воды». Все зависит от ситуации и традиций. Если принято решение о заказе спиртных напитков, выбор всегда делает приглашающий, независимо от того, мужчина это или женщина. При возникновении проблем с выбором напитка следует обратиться за советом к сомелье (консультанту по винам, который всегда находится в зале высококлассного ресторана), а в более простом заведении – посоветоваться с официантом. Если за столом есть человек, который хорошо разбирается в винах, можно прислушаться к его мнению, но окончательный выбор делает приглашаю-

щий, контролируя бюджет.

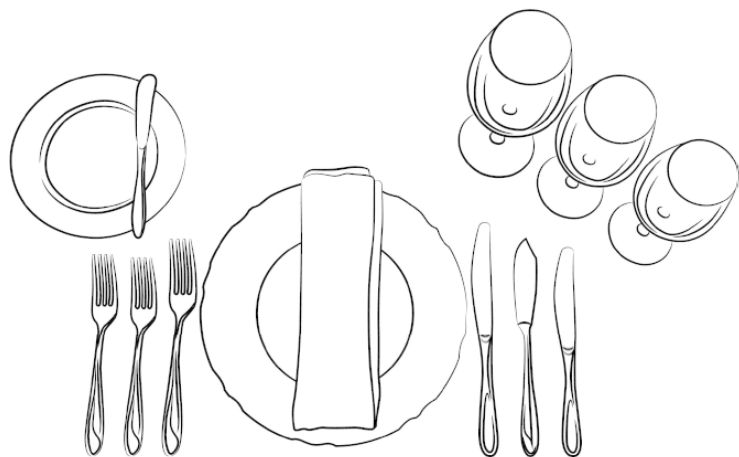
Инициатор делового обеда может предложить заказать по бокалу вина только в том случае, если он не собирается лично вести машину, чтобы вернуться на работу или отвезти партнера обратно в офис, и если приглашенный не приехал в ресторан на своем автомобиле. Если пригласивший не намерен принимать алкоголь, считается вежливым оставить гостю свободу выбора. Скажите: «Я сегодня не пью вина, но мне будет приятно, если вы выберете что-то для себя. Рекомендую вам ...». Ключевым словом в этой фразе является слово «сегодня» – оно показывает человеку, что вы ничуть не ограничиваете его в выборе напитка, просто по какой-то причине в этот день не сможете присоединиться к нему. А прозвучавшая рекомендация наметит гостю на ценовую категорию для выбора напитка. Но это всегда проблемная ситуация для приглашенного, поэтому решите, так ли уж вам необходимо именно в этот раз подчеркивать вином вкус блюда. Возможно, лучше улыбнуться и сказать: «Благодарю вас, не сегодня».

Вино принято заказывать после того, как заказана еда. Во время делового обеда не следует заказывать бутылку вина стандартного объема (750 мл), особенно если вы обедаете вдвоем. Самый оптимальный вариант – заказать по бокалу вина. Обратите внимание, речь идет о столовых винах, а не о дижестивах – крепких алкогольных напитках (реже – крепленых винах), которые принято заказывать после еды. Разу-

меется, о таком алкоголе в середине дня не может быть и речи.

В большинстве ресторанов чаще всего можно увидеть «вариации на тему» классической английской сервировки стола. В этом случае в центре стола перед вами может находиться салфетка (тарелку принесут позже) или подстановочная тарелка, на которую в дальнейшем будет поставлена закуска (при подаче главного блюда ее заменят тарелкой с главным блюдом), стоящая слева от нее небольшая тарелка для хлеба (на которой с правой стороны может лежать специальный нож для масла), несколько ножей, лежащих справа от подстановочной тарелки, несколько вилок, лежащих симметрично ножам, но с левой стороны от подстановочной тарелки, а также набор бокалов для красного вина, белого вина и воды, расположенных слева направо в правом верхнем углу от подстановочной тарелки над лезвиями ножей (бокалы могут стоять и в обратном порядке, т. е. бокал для воды будет крайним слева) или только один бокал для воды. Но вы вряд ли увидите столько посуды и приборов одновременно во время делового обеда в ресторане. Такой вариант сервировки возможен, к примеру, во время проведения банкета, когда меню определено заранее, и в данном случае куверт может быть дополнен десертными приборами, лежащими над тарелкой. Но, даже если вы увидите на столе нечто подобное, после того, как вы определитесь с заказом, официант уберет все ненужные приборы и бокалы, оставив лишь

необходимые для вашего выбора блюд, а при необходимости заменит их другими.



Важно помнить главное правило – сколько бы приборов ни лежало перед вами – всегда начинают с тех приборов, что лежат с внешней стороны, а затем последовательно используют те, что лежат ближе к центру.

На одном из банкетов мне было неприятно, когда сидящий справа от меня мужчина пил из моего (стоящего справа от меня и, соответственно, слева от него) бокала, не зная правил сервировки стола, и я осталась на некоторое время без винного бокала.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по

Мы все чаще обращаем внимание на соблюдение правил делового этикета представителями предпринимательского сообщества и органов власти, но даже представители развитой страны могут удивить вас весьма неожиданным вопросом или суждением. Однажды на деловом ужине партнер по бизнесу, занимающий пост вице-президента компании, спросил меня: умеют ли русские есть ножом и вилкой, и посетовал, что многие простые американцы едят преимущественно руками, а потому даже в дорогом ресторане заказывают гамбургеры. Пришлось поразить его признанием, что мы даже знаем, для чего кладут несколько ножей и вилок и ставят несколько рюмок и фужеров.

Другой партнер после обсуждения холодного климата в России и пристрастия к горячим и горячительным напиткам задумчиво произнес: «Не понимаю – как вы можете пить горячую кока-колу?»

И оба вопроса были от образованных и имеющих высокий статус людей.

И.В. Сухоставский, генеральный директор компании «Терминальные технологии»

Начинают прием пищи только тогда, когда всем сидящим за столом поданы блюда. Даже если вам принесли горячую закуску, не спешите. Но знающий официант принесет закуски в правильной последовательности – сначала холодные, за-

тем горячие. Обратите внимание, что в обществе (в частности, в ситуации делового обеда) больше не принято желать присутствующим приятного аппетита – это правило устарело и уместно только в кругу близких людей, но если кто-то обратился к вам с таким пожеланием, не делайте ему замечание.

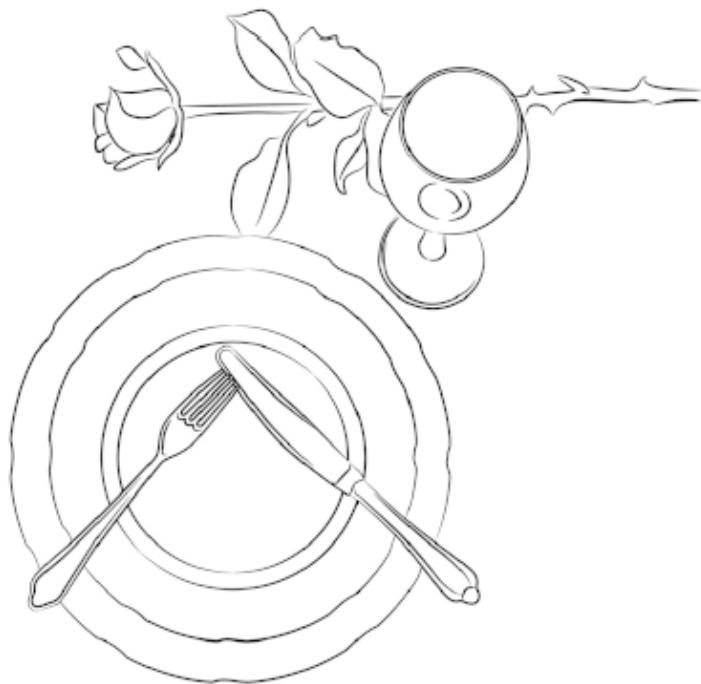
Некоторые люди любят фотографировать красивые блюда, но во время делового обеда это может быть неоднозначно воспринято партнерами. Не рекомендуется наполнять рот большим количеством пищи или разговаривать с полным ртом. Жевать пищу нужно с закрытым ртом, беззвучно. Не соединяйте во рту твердую пищу и жидкость. Не дуйте на еду, чтобы быстрее остудить ее. Не жестикулируйте, если в руках у вас находятся приборы.

В процессе еды не крутите тарелку, чтобы подвинуть к себе ближе гарнир или основное блюдо. В этом случае следует поставить вилку на ребро и с помощью ножа и вилки, соединив их под углом или расположив параллельно навстречу друг другу, пододвинуть гарнир или основное блюдо на тарелке ближе к себе.

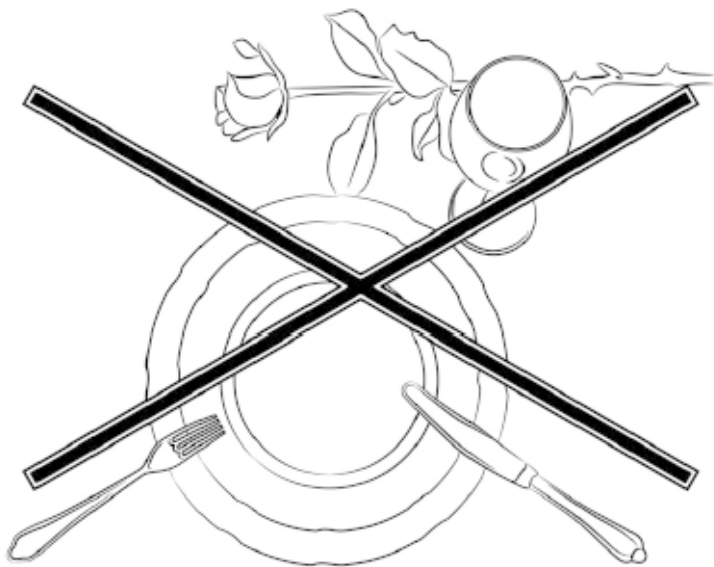
Существует два основных стиля использования столовых приборов. В европейском стиле во время еды положение вилки – в левой руке зубцами вниз или вверх, нож – в правой руке перпендикулярно тарелке. Обратите внимание, что рукоятка ножа всегда, и рукоятка вилки, зубцы которой направлены вниз, должны касаться ваших ладоней. Никогда не

держите нож как ручку. Кусочек съестного отрезается ножом и накалывается на вилку. Если вы держите вилку в левой руке зубцами вверх, то ее держат как ложку. В случае необходимости вы можете опереться ножом на тарелку и поднять гарнир, находящийся на вилке, зубцы которой направлены вверх, по лезвию ножа, но никогда не накладывайте гарнир ножом на вилку, когда ее зубцы направлены вверх. Но англичане едят иначе – они всегда держат вилку зубцами вниз, независимо от поданного блюда. В американском стиле после того, как отрезан один кусочек, нож кладут на край тарелки, а вилку разворачивают зубцами вверх, перекладывают в правую руку и во время еды держат ее как ложку. Вы можете выбрать любой из этих стилей использования столовых приборов.

Положение «пауза» на континенте и у англичан несколько различается, но, не учитывая нюансы, приборы кладут таким образом: нож – с правой стороны в верхней части тарелки или ниже (верхний край лезвия указывает на 10.00 на воображаемом циферблате часов, рукоятка лежит на отметке 16.00) острой частью лезвия к середине тарелки, вилку – с левой стороны зубцами вниз (кончики зубцов вилки направлены в сторону 14.00, а рукоятка лежит на отметке 20.00). Вилка и нож могут соединяться верхними частями, образуя перевернутую букву «V» или вилка может лежать поверх ножа.



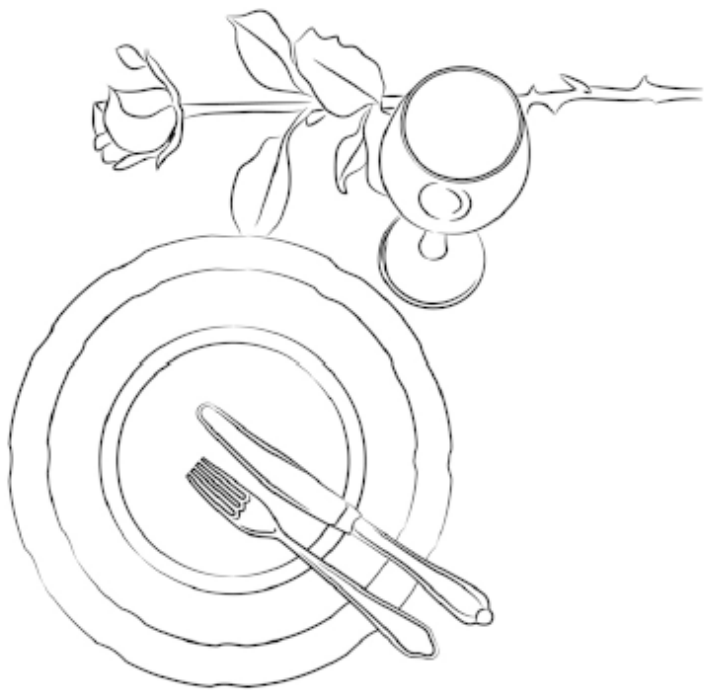
В американском стиле нож кладут с правой стороны острой частью лезвия к середине тарелки так, чтобы верхний край лезвия лежал на отметке 11.00, а рукоятка на 14.00. Вилка кладется зубцами вверх – кончики зубцов вилки направлены в сторону 10.00, а рукоятка лежит на отметке 16.00.



Не следует «строить мосты», когда нож (приблизительно половина длины лезвия) острой частью лезвия к середине тарелки, вилка зубцами вниз лежат на краях тарелки, а ручки приборов опираются на стол.

При смене блюд официанты убирают тарелки с использованным прибором. Для того чтобы официант знал, что гость закончил есть, нож и вилку кладут на тарелку параллельно

друг другу, рукоятками вправо, чтобы они лежали на отметке 17.00, а верхний край лезвия ножа и зубцы вилки были направлены в сторону 10.00. Нож – острой частью лезвия к середине тарелки, вилку – зубцами вверх или вниз (в США – вверх). Это финальное положение приборов одинаково и для европейского, и для американского стиля использования столовых приборов.



В английском варианте финальное положение приборов иное: приборы лежат параллельно, но верхний край лезвия ножа и кончики зубцов вилки направлены в сторону 12.00, а рукоятки приборов лежат на отметке 18.00, вилка лежит зубцами вниз.

При любом стиле использования столовых приборов, если вы ели только вилкой или только ложкой, в финальном положении они лежат на тарелке так, чтобы вилка лежала зубцами вверх, а ложка углублением вниз направленные в сторону 10.00, а рукоятки приборов лежали на отметке 16.00. Если, к примеру, к десерту были поданы вилка и ложка, то ложку принято держать в правой руке, а вилку в левой. В финальном положении приборы кладутся на тарелку так же, как и в одиночном положении, но параллельно – ложка справа углублением вниз, а вилка слева. Зубцы вилки могут быть направлены как вверх, так и вниз.

Следите за своей осанкой и положением рук. Сидеть за столом нужно так, чтобы вам было удобно есть и пить: не придвигаться к нему вплотную, но и не отдаляться от него настолько, чтобы потом наклоняться к блюдам. Во время еды всегда сидите прямо, не склоняясь над тарелкой. Контролируйте положение рук – если вы придерживаетесь европейского стиля использования столовых приборов, кисти рук всегда находятся на столе. Если вы выбираете английский или американский стиль, то, когда вы не пользуетесь приборами, руки принято держать на бедрах. Локти должны быть почти прижаты к бокам. Помните, что какой бы стиль вы ни выбрали, локти на стол ставить не принято. Но, к примеру, так делают в перерывах между подачей блюд замужние француженки, чтобы продемонстрировать свое помолочное и обручальное кольцо.

Если вы уронили столовый прибор, попросите официанта принести вам замену и не поднимайте его с пола, за исключением ситуации, когда лежащая в проходе вилка или нож могут представлять опасность для проходящих по залу людей. Если вам необходимо привлечь внимание официанта, обратитесь к нему по имени, которое можно увидеть на бэдж (специальной табличке на правой стороне груди) или установите визуальный контакт. Если официанта, обслуживающего ваш стол, нет поблизости, вы можете попросить другого официанта позвать его.

Даже если вы большой любитель специй, прежде чем использовать специи, стоящие на столе, принято попробовать поданное блюдо.

Если вы не хотите, чтобы сомелье или официант подливал в ваш бокал воду или вино, скажите: «Спасибо, достаточно».

Если заказан десерт и кофе, сначала едят десерт, а затем пьют кофе. Знающий официант не принесет их одновременно или спросит о пожелании клиента.

После еды тарелку или бокал от себя не отодвигают – они должны оставаться на своем месте до тех пор, пока их не уберет официант. Не принято говорить официанту «спасибо» каждый раз, когда он забирает использованную посуду или подает новые блюда – это его работа, а не любезность по отношению к вам, но легкая улыбка никогда не будет лишней. Вы можете поблагодарить официанта, если он оказал вам какую-то специальную, дополнительную услугу, а также в кон-

це обеда (причем не только устно, но и чаевыми).

Наблюдайте за невербальным поведением партнера. Особое внимание обращайте на проявления нервозности или скуки. Если вы видите, что партнер занервничал или хотел бы закончить встречу – немедленно заканчивайте разговор.

Однажды в ресторане я наблюдала, как сидящий недалеко очень респектабельный с виду господин, вероятно, для того, чтобы не испачкать свой галстук во время еды, ослабил его узел, а потом совершенно неожиданно для всех забросил галстук за левое плечо и принялся за обед. При этом мне показалось, что он проделывает этот трюк не в первый раз, т.к. уж очень ловко галстук лежал у него на плече во время еды.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

О том, чтобы снять обувь (если только вы не находитесь в Японии в традиционном ресторане), не может быть и речи!

Во время делового обеда действуют правила делового этикета, в котором нет гендерных различий, поэтому мужчина не должен вставать, когда присутствующая на обеде дама отлучается из-за стола. Но если вы понимаете, что даме этот знак внимания будет приятен, можно нарушить правила ради улучшения отношений с партнером или клиентом.

Если вы обедаете или ужинаете в обществе дамы, с которой вы не связаны деловыми отношениями, когда она встает, чтобы выйти из-за стола (повторю, что только при острой

необходимости и желательно между подачей блюд), галантные мужчины также встают. Когда она возвращается, они снова встают со своих мест. По классическим правилам при рассадке за стол дама обходит стул слева, а кавалер помогает ей сесть и подвинуть стул.

Говоря о поведении за столом во время делового обеда, больше не существует такой проблемной темы как курение за столом, т. к. в большинстве стран теперь в ресторанах курить запрещено.

Напомню, что если вы хотите чихнуть или кашлянуть, следует отвернуться от сидящего за столом человека, прикрыть рот левой рукой, чихнуть или кашлянуть, повернуться лицом к партнеру, извиниться и продолжить разговор. Чихнувшему не говорят: «Будь здоров!» Если вам нужно высморкаться, извинитесь и выйдите из-за стола в туалетную комнату. Никогда не позволяйте себе делать этого, сидя за столом в обществе других людей. Если у вас урчит в животе и этот звук не слишком привлекает внимание других, оставьте это без комментариев, но если звук явно слышен, следует извиниться. Когда вас мучает отрыжка или икота, постарайтесь подавить ее, но если звук уже раздался, сразу же извинитесь.

Если вы подавились, прокашляйтесь, закрыв рот салфеткой, а в случае необходимости извинитесь и выйдите из-за стола. Если кусок обжег рот, постарайтесь как можно быстрее выпить воды.

Существуют различные мнения о том, как лучше вынуть изо рта косточку, жилку и т. п. Одни эксперты считают, что пищу, которую вы не хотите глотать, следует аккуратно выложить на вилку или ложку, а затем положить на край своей тарелки (но не на бортик – на него ничего не кладем). Можно замаскировать ее листиком зелени или гарниром. Другие считают это неприемлемым и предлагают либо выйти из-за стола в туалет, либо вынуть косточку или хрящик изо рта пальцами, либо (в случае с ягодными косточками) вместо ложки использовать кулак левой руки, либо все-таки проглотить этот нежеланный кусок и быстро запить его водой. Это как раз тот случай, когда уместнее говорить не о правилах этикета, а о существующих рекомендациях.

В случае, когда вы что-то пролили, прикройте пятно салфеткой и попросите у официанта новую. Если облили соседа, сразу же извинитесь, но не пытайтесь помочь вытереть пятно – просто предложите свою салфетку, а позднее найдите способ компенсировать человеку этот неприятный момент.

Никогда не полощите рот водой из бокала, когда в межзубные пространства попадают кусочки пищи, а также старайтесь не пользоваться за столом зубочистками – во время делового обеда всегда есть возможность при острой необходимости выйти из-за стола. Так же следует поступить, если необходимо принять таблетку, воспользоваться глазными каплями или каплями для носа. Помните, что если вам при-

дется есть черную икру, шпинат, капусту брокколи, выпечку с кунжутом или маком, малину, клубнику или десерт, обильно посыпанный какао, очень велика вероятность того, что остатки этой пищи останутся в межзубных пространствах и ваша улыбка может оказаться не столь привлекательной, как вам бы хотелось. Поэтому будьте очень осторожны при заказе подобных блюд.

Как бы ни был велик соблазн сделать это незаметно для окружающих, дамам не следует подкрашивать губы за столом.

И еще один важный вопрос, который часто задают мужчины – можно ли во время делового обеда в ресторане снять пиджак и повесить его на спинку стула? Ответ однозначен – нет. И хотя так делает половина обедающих, постарайтесь воздержаться от повторения этого действия.

Если в своей тарелке вы обнаружите муху, волос или какой-то другой предмет, следует позвать официанта и, не устраивая шума, указать ему на эту находку. Блюдо будет мгновенно заменено.

Желательно рассчитать время окончания встречи таким образом, чтобы участники закончили обед одновременно. Если вы заметили, что ваш партнер ест быстрее вас, задавайте больше вопросов, чтобы у вас появилось время «догнать» его. Если кто-то из участников ест слишком медленно, лучше недоесть блюдо, чем заставлять других ждать себя. Но желательно не оставлять еду на тарелке. Надеюсь, никому

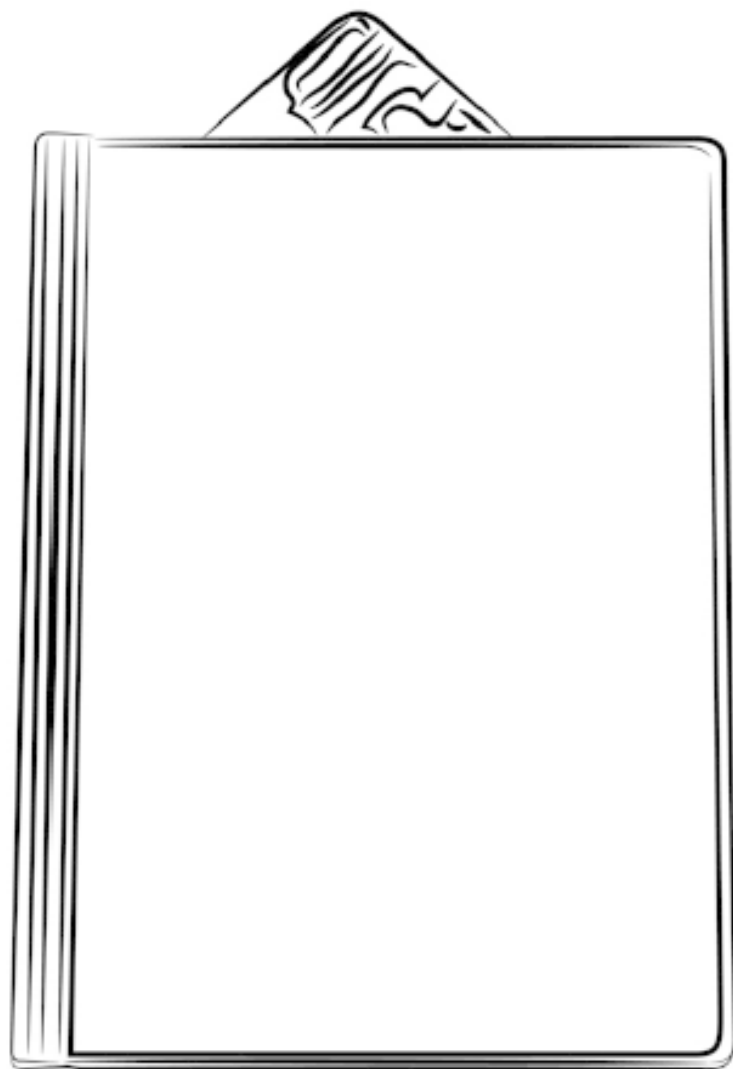
из участников делового обеда не придет в голову попросить официанта завернуть остатки пищи, чтобы взять их с собой.

Инициатор делового обеда просит официанта принести счет, либо когда подан десерт или кофе, либо когда встреча за столом подошла к концу. Оплачивает счет тот, кто приглашал. Если для оплаты счета используется банковская карта, то в ситуации делового обеда лучше всего пользоваться корпоративной картой, но если вам придется воспользоваться своей картой, разумеется, на ней не должны храниться все ваши сбережения за последние двадцать лет, поэтому следует иметь несколько банковских карт, чтобы избежать возможных недоразумений.

При оплате картой знаком для официанта о том, что вы готовы платить, является чуть виднеющаяся из папки со счетом банковская карта. Чаевые, как правило, составляют 10 % от суммы счета (в США – 20 %). Вы можете перевести деньги официанту с помощью гаджета или, как в старые добрые времена, оставить наличными (только купюрами), округлив сумму до большего значения. Когда достают чаевые, не кладут бумажник на обеденный стол. Если вы хотите оставить чаевые не только официанту, но и сомелье, они составляют 10 % (в США – 20 %) от стоимости бутылки вина. В этом случае стоимость вина вычитается из общей суммы счета, чтобы правильно рассчитать сумму чаевых для официанта. Важно сделать эти расчеты быстро, если вы покидаете ресторан вместе с гостями. Но если вы – клиент ресторана и за-

ранее договорились с администратором об оплате счета, вы можете в конце обеда приятно удивить своих гостей фразой: «Если вы готовы, то можем идти. Все финансовые вопросы уже решены».

Уходя из зала ресторана, не забудьте устно поблагодарить официанта и метрдотеля.



В осенне-зимний сезон инициатор обеда провожает гостей до гардероба, прощается с каждым за руку, благодарит за участие в обеде.

Парковка (если она платная) также оплачивается приглашающим лицом.

Если вы гость, не забудьте не позднее, чем на следующий день, поблагодарить инициатора делового обеда. Помните, что благодарность повторяет форму приглашения – письменно или устно. Для укрепления отношений с деловыми партнерами инициатор встречи тоже может направить им благодарность за принятое приглашение и выразить надежду на продолжение сотрудничества.

Правильно проведенный деловой обед позволяет добиться взаимопонимания с партнерами, что поможет в создании длительных не только деловых, но и личных взаимоотношений, а это всегда дорогого стоит.

Глава 4. Национальные особенности делового общения

Культурные различия участников международных переговоров

Международные переговоры имеют свою специфику. В этом случае участникам, помимо обычных действий по подготовке переговоров, следует подготовиться дополнительно. Важно как можно раньше приступить к сбору информации о культурных обычаях и национальных особенностях ведения бизнеса в конкретной стране. И, несмотря на то, что интенсивность делового общения в современном мире приводит к «размыванию» национальных границ и формированию единых правил делового общения, по-прежнему очень важно знать, уважать и соблюдать обычаи деловой жизни других народов. Даже самым небольшим компаниям необходимо осознавать культурный контекст страны партнеров. При этом выполнения «домашнего задания» недостаточно. Если вы выступаете в качестве гостя, оказавшись в стране, наблюдайте, спрашивайте, слушайте и продолжайте учиться.

Не доверяйте полностью своей памяти. Запишите все полезное, что вы узнали.

В международной деловой практике принято придерживаться трех основных принципов:

- Принципа международной вежливости, предполагающего строгое соблюдение почтительности и уважение ко всему, что символизирует и представляет государство-партнера.
- Принципа вежливого нейтралитета, согласно которому иностранец в период пребывания в зарубежной стране может по своему выбору соблюдать или не соблюдать обычаи и традиции этого государства, не нанося оскорбления его гражданам.
- Принципа вежливого исключения, согласно которому иностранцу не следует придерживаться некоторых принятых в той или иной стране манер и обычаев.

Для успешного ведения дел необходимо знание основных моментов, где могут встретиться культурные различия:

- Стиль делового общения.
- Отношение к пунктуальности.
- Индивидуализм и коллективизм.
- Нормы общения (следует научиться правильно использовать принятые в данной стране формы обращения, произносить имена людей, есть и одеваться). В любом случае помните, что везде учтивы с вежливыми людьми и везде хорошо относятся к людям, демонстрирующим хорошие манеры.

Важно понимать иностранцев – понимать, что они другие.

Первое впечатление очень важно. Например, избегайте слишком слабых или, наоборот, мощных рукопожатий. Также важно правильное использование обращений, имен и титулов. Для этого следует сразу же воспользоваться визитной карточкой, полученной от партнера. Если вы выучите хотя бы несколько слов или фраз на языке страны партнеров (к примеру, приветствие или благодарность), вы, несомненно, расположите деловых партнеров к себе. В то же время существует поговорка, что «бес сидит в деталях», поэтому мелочи очень важны. К примеру, традиционное приветствие в Германии «Гутен так!» («Добрый день!»), но в Баварии (как и в Австрии) следует сказать «Грюс Гот!» («Храни вас Бог!»).

Невербальное поведение играет существенную роль в процессе общения с иностранными партнерами. Жесты, принятые в одной стране, могут быть неправильно истолкованы в другой, следовательно, необходимо избегать жестов, значение которых в данной культуре вам неизвестно. Даже улыбка может иметь разный смысл в различных культурах (к примеру, она может быть прикрытием недоумения, удивления или гнева), и об этом следует помнить. Также важны походка, осанка, направление взгляда, дистанция, отсутствие любых прикосновений, кроме рукопожатия (но и его следует использовать с осторожностью, находясь в арабских странах и ряде стран Азиатско-Тихоокеанского региона). Следу-

ет контролировать и выражение своего лица – оно должно быть открытым и доброжелательным, независимо от наличия или отсутствия улыбки. Взгляд, наклон головы и корпуса, положение рук и ног – все должно быть под контролем и демонстрировать готовность к контакту.

Внешний вид должен соответствовать местным стандартам. Важно не нарушать существующих традиций в одежде (в первую очередь это относится к посещению мусульманских стран). Важен даже такой штрих, как рисунок галстука. К примеру, находясь в Великобритании, иностранец может допустить ошибку, надев на деловую встречу с англичанином галстук с рисунком в полоску, если случайно окажется, что цвет и ширина полосок символизируют принадлежность обладателя этого галстука к определенному полку, колледжу или клубу, к которому иностранец, конечно, не принадлежит, а англичанин давно гордится членством в этом клубе.

Пунктуальность – очень важный показатель. В большинстве случаев опоздание будет означать недостаточное уважение к организаторам встречи и ненадежность как партнера. К примеру, во многих европейских странах прибытие с опозданием на 10 минут и более считается неприемлемым. В случае опоздания всегда необходимо предупредить партнеров о задержке.

Умение вести неформальную беседу также очень важно. Следует знать приемлемую длительность и тематику разговора, не затрагивать недопустимых или нежелательных тем.

К примеру, французы очень общительны, но собственную частную жизнь всячески оберегают, поэтому личные вопросы будут неуместны. А в Китае вполне допустимо спросить о возрасте, семейном положении, детях – все это будет проявлением не простого любопытства, а искреннего интереса к собеседнику.

Застольные манеры и умение реагировать на национальную пищу и напитки играют важную роль в налаживании бизнес-партнерства. Следует показать удовольствие от угощения, произнести тост на языке партнеров. И, конечно же, продемонстрировать элементарные знания правил поведения за столом и умение пользоваться столовыми приборами. Деловой обед – это «Клондайк»! Большинство людей любят посидеть в ресторане, а вы за это время в неформальной обстановке можете узнать то, о чем никогда не узнали бы при общении в офисе.

Подарки – прекрасный способ для укрепления взаимоотношений. Удачный подарок наверняка поможет делу, а неудачный может разрушить отношения. При этом важны все составляющие процесса: как правильно выбрать, вручить и принять деловой подарок. И даже здесь необходимо учитывать нюансы. Например, в России традиционно дарят деловым партнерам букеты, в т. ч. из хризантем – цветы красивые и долго стоят в вазе. Но для большинства европейцев это будет выглядеть ужасно, т. к. хризантемы – знак траура. Их приносят на похороны или на кладбища в день помино-

вения усопших. Неуместным в качестве подарка будет и букет из красных роз – символа романтических отношений, а в некоторых странах – страстной любви. А в Китае вообще не принято дарить срезанные цветы, особенно белого цвета – символа смерти.

Знание традиций других стран поможет избежать возможных неловких ситуаций, а знание культурных особенностей стран деловых партнеров, во-первых, сразу расположит к вам собеседников, а во-вторых, повысит ваш профессиональный уровень.

Национальные стили ведения переговоров

(Великобритания, Германия, Италия, Франция, Испания, Швеция, Норвегия, Дания, Финляндия, США, страны Ближнего Востока и Северной Африки, Япония, Китай, Южная Корея, Индия)

В этом разделе перед описанием национальных стилей ведения переговоров приводятся некоторые основные характеристики национальных черт представителей разных стран. Они не являются обязательными чертами, характерными для всех представителей страны, а только типичными для них. Не все немцы пунктуальны, не все итальянцы экспрессивны, не все японцы вежливы и т. п.

Эта информация может быть полезна при подготовке и проведении деловых встреч и переговоров, а также во время пребывания в стране партнеров по переговорам.

Великобритания

Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии включает в себя четыре исторических национальных региона: Англию, Уэльс, Шотландию и Северную Ирландию. Жителей Уэльса, шотландцев и ирландцев называй-

те «британцами», но никогда «англичанами». Они считают себя «особенными британцами», имеющими мало общего с англичанами по существующим обычаям и нравам.

Англичане общаются с представителями других стран вежливо, но с неизменным пренебрежением (особенно к французам). Вот с чем вам в первую очередь придется столкнуться. Не надейтесь что-либо изменить в подобном отношении к иностранцам – слишком многие потерпели здесь неудачу. Иллюстрацией такого отношения к иностранцам служит поговорка: «Бог по национальности англичанин».

У англичан есть еще одна любимая поговорка, что «у всего своя изнанка». Из всего того, что действительно обладает и лицом, и изнанкой, наиболее ярко демонстрирует свою «двусторонность» английский характер. С первого взгляда англичане кажутся людьми сдержанными и невозмутимыми. Со своими застегнутыми на все пуговицы эмоциями («неподвижная верхняя губа») и непоколебимым самообладанием они представляются на редкость надежными и последовательными – как друг для друга, так и для всего мира. Но на самом деле в глубине души англичан кипят страсти, хотя этой «темной» стороны своего характера они стараются не замечать и всячески скрывают ее от чужих глаз.

Англичане очень уважительно относятся к своим правам, особенно к праву на частную жизнь и праву на сохранение «частного пространства», т. е. пространства вокруг человека, в пределы которого, если вы человек воспитанный, втор-

гаться ни в коем случае нельзя. Это продолжение представлений англичан о том, что каждый из них «в своем замке король». Представьте, что между вами и англичанином всегда существует как бы невидимый ров с водой, и научитесь пожимать руку вашим партнерам, не приближаясь к ним вплотную. Рукопожатие всегда очень краткое, энергичное, без какой бы то ни было попытки задержать вашу руку в своей. Обычно обмен рукопожатиями принят только на первой встрече, в дальнейшем англичане чаще всего довольствуются простым устным приветствием. Стандартное приветствие «Как поживаете?» уходит в прошлое, но, даже услышав его, не спешите рассказывать о своей жизни. Иностранцы, которые считают, что выражение «How do you do?» – это вопрос, на который непременно нужно ответить, всегда вызывают у англичан некоторую неприязнь и отчуждение.

Англичане (и британцы в целом) очень строго соблюдают процедуру знакомства. При знакомстве очень важно, чье имя будет названо первым. В случае делового партнерства приоритет будет отдан клиенту, поскольку клиент – лицо более важное. Обращаться к англичанам следует официально: «мистер», «миссис», «мисс» по фамилии. После знакомства англичане часто переходят на имена, но иностранцу следует дожидаться, чтобы британские коллеги сделали это первыми. Очень важно правильно обращаться к титулованным особам в письменной и устной речи. Обязательно заранее уточните форму обращения, к примеру, традиционные обращения

к герцогу некоролевской крови – «Ваша светлость» и «герцог», к герцогине – «герцогиня» (в первый раз), «Ваша светлость» и «мэм» (во второй раз и далее). В качестве обращения к маркизам, виконтам и виконтессам, баронам и баронессам, графам и графиням помимо титула можно воспользоваться обращением «Ваше сиятельство» и «лорд (фамилия)/леди (фамилия)». Обращение к баронету и рыцарю – «сэр (имя), к супруге баронета или рыцаря – «леди (фамилия)». Свою специфику имеют и обращения к сыновьям и дочерям британских аристократов.

Человеку со стороны довольно трудно сразу освоить необходимый набор английских формул вежливости (неимоверное количество всевозможных «пожалуйста», «спасибо», «мне ужасно жаль» и «я ужасно благодарен» при малейших просьбах или извинениях), которого представителю любой другой нации хватило бы как минимум на полжизни. Но если вы будете так себя вести – это будет «совершенно по-английски». Если же вы не произнесете нужного количества слов благодарности или сожалений, англичане наверняка тут же занесут вас в список людей «неприятных», т. е. тех, кто недостаточно любезен и вежлив, и уж потом выбраться из этого списка будет непросто.

Англичане любят иронию и ожидают того же от других. Рассказав анекдот, они будут ждать от вас чего-то равноценного, и если вы сумеете достойно ответить, считайте, что атмосфера для продуктивного разговора уже создана.

Увлечения и одержимости англичан – это их дом, сад и домашние животные. Разговор на эти темы будет самым приятным для вашего английского партнера, а вот от разговоров о частной жизни, работе, деньгах, религии или жизни королевской семьи лучше воздерживаться.

В целом англичане обожают пунктуальность и стремятся к ней, но отнюдь ею не одержимы. Сказанное вам «Подождите минутку!» может растянуться на пять минут, а фраза «Дайте мне подумать минут пять» обычно означает четверть часа. Не следует приходить раньше назначенного времени, но на деловую встречу (которая начнется точно в назначенное время), следует прибыть за 5 минут до ее начала. Бережливость – качество, которое англичане проявляют к деньгам, словам и эмоциям. Они неприязненно относятся к любому открытому выражению чувств. Сдержанность англичан проявляется и в невербальном поведении. Английские руки должны вести себя абсолютно спокойно и во время любого разговора, не жестикулируя, скромно висеть вдоль тела или лежать на коленях. Однако руки всегда должны быть на виду. Считается исключительно невежливым разговаривать с человеком, сунув руки в карманы. Скрещение рук на груди нежелательный жест, обозначающий скуку или потерю интереса к обсуждаемой теме, а прикосновение к носу считается грубым жестом. Знаменитый благодаря У. Черчиллю жест «V» («Виктория») может быть исполнен только в положении ладонь от себя. Противоположное положение ладони счита-

ется неприличным жестом.

Если английский партнер пригласит вас на ланч, не отказывайтесь, но помните, что вы должны также организовать подобное мероприятие. В Великобритании чаще, чем во многих странах Европы, принято приглашение друзей домой. Но деловых партнеров скорее позовут в ресторан или паб. В ресторане – кто приглашает, тот и оплачивает счет. Помните, что в ресторанах или пабах о делах разговаривают, но соглашений не заключают. Приглашение в дом – знак особого расположения. Если такое приглашение последует, то в день визита следует послать хозяевам дома цветы (не белые – особенно лилии и хризантемы, считающиеся символом траура, не фиолетовые и не красные, при этом цветов не должно быть 13), шоколад или вино, но не крепкие алкогольные напитки, т. к. британцы предпочитают выбирать их самостоятельно. Англичане приглашают гостей в дом в т. ч. и на «интеллектуальное угощение». Вас никогда не пригласят одного – обязательно будут приглашены другие люди, чтобы за столом было интересно. Время разговора за столом с соседом справа или слева должно быть распределено поровну между каждым из ваших собеседников. Невежливо уделять больше времени кому-то одному, кто вам более интересен. Принято, чтобы все слушали того, кто говорит, и вы, в свою очередь, говорите так, чтобы быть услышанным всеми.

Тосты произносятся редко. Самый распространенный – «Чиирс!» («За ваше здоровье!»), но этот тост считается

неформальным, а формальный тост за королеву «To the Queen!» произносят после основного блюда на формальном деловом ужине. Чокаться не принято.

Известна забавная история на эту тему: в конце мая 2011 года, находясь с визитом в Соединенном Королевстве, президент США Барак Обама был приглашен на прием в Букингемский дворец, где произнес речь в честь королевы. Однако, как только он начал говорить, оркестр заиграл гимн Соединенного Королевства «Боже, храни королеву», заглушая слова Обамы. Президент не растерялся и, повысив голос, продолжил произносить заготовленную речь под звуки оркестра. Завершив свой монолог цитатой из Шекспира, Обама с поднятым бокалом в руке приветственно повернулся к Елизавете II. Та, однако, ответила ему лишь очень сдержанной улыбкой, продолжая внимательно слушать гимн. Свой бокал королева подняла только по окончании игры оркестра. Это произошло потому, что президент в самом начале своей торжественной речи произнес: «Ваше Величество! (Your Majesty!) Королева! (The Queen!)», а именно эти слова (the Queen) являются знаком для королевского оркестра к началу исполнения национального гимна. Все получилось совсем не эффектно. Елизавета II, разумеется, сказала «спасибо», но с интонацией, равной фразе: «Да, сильно ошибся, но что же делать». Если бы президента предупредили о всех нюансах, он бы не попал в такую неловкую ситуацию.

Если хотите прослыть джентльменом, как можно ре-

же произносите это слово. Английская пословица гласит: «Джентльмен – тот, кто никогда не произносит этого слова».

Важно не забывать оказывать знаки внимания тем, с кем вы когда-либо встречались или вели переговоры. Поздравительная открытка к празднику или по случаю дня рождения, приветы близким вашего английского коллеги повысят ваш деловой авторитет и укажут на вашу вежливость и хорошие человеческие качества.

У англичан особое отношение к рождественским поздравительным открыткам. Их обычно вывешивают в офисе или дома и всегда учитывают, от кого они не получены.

Англичане щепетильно относятся к деловым подаркам. Определен круг подарков, которые считаются допустимыми. Среди них, к примеру, канцелярские принадлежности; на Рождество – алкоголь и упаковки дорогого сыра. Другие подарки могут быть восприняты не как знаки внимания, а как средства давления на партнера. Если в деловых кругах станет известно, что представители каких-то компаний замешаны в таких действиях, то доверие к ним будет навсегда подорвано. И это настолько серьезно, что этим бизнесменам приходится уходить из данной сферы деятельности. А вот пригласив в театр вашего делового партнера, вы доставите ему большое удовольствие. И еще один способ доставить удовольствие англичанам – подарите им семена какого-нибудь удивительно-го российского растения – вам будут искренне благодарны.

Говорить с англичанином о делах после окончания рабо-

чего дня считается дурным тоном. Не торопитесь говорить о делах, даже если вы ужинаете со своими деловыми партнерами.

Национальный стиль ведения переговоров

Вступая в деловые контакты с английскими компаниями, необходимо учитывать специфику английского бизнеса. Важно отметить, что деловой мир Великобритании неоднороден не только в социальном плане, но и в своей «цеховой» специализации, что отличает его от деловых кругов других стран. В силу специфики исторического и экономического развития, политического устройства, взаимоотношений различных социальных слоев населения бизнес в этой стране, вернее, его промышленный сектор, не достиг тех высот развития, которых достиг в Германии, Японии или США. В то же время финансовому сектору британского бизнеса практически нет равных в мире.

Английские бизнесмены очень хорошо образованы. В них сочетается высочайшая профессиональная подготовка и общее образование. Чисто человеческие факторы имеют для них большое значение. Они не замыкаются в своей работе и имеют широкий круг интересов.

Переговоры ведутся с привлечением многочисленного фактического, справочного и статистического материала. Просчитывается каждая позиция, строго фиксируется каж-

дая деталь, каждое условие контракта.

Обговаривается не только все, что связано непосредственно с контрактом, но также и деятельность, направленная на дальнейшее развитие делового сотрудничества. Эксперты отмечают, что, говоря о стиле ведения переговоров, многие англичане отдают предпочтение компромиссу.

Английская манера решать практические вопросы необычайно демократична. Любое решение должно приниматься коллегиально. И хотя решения принимаются не быстро, зато степень риска в принятом решении минимальная.

Англичане остаются абсолютно непоколебимы во всем, что касается соблюдения каких-то правил, а тем более законов. Здесь они не допускают снисхождения ни к себе, ни к другим.

Для англичан характерно исключительно непримиримое отношение к взяткам. Попытка дать взятку англичанам в процессе переговоров сразу же подорвет их доверие к противоположной стороне и будет иметь крайне негативные последствия.

Иностранец, привыкший считать, что молчание – знак согласия, часто ошибочно полагает, что убедил англичанина в своей правоте. Однако на самом деле умение терпеливо выслушивать собеседника, не возражая ему, далеко не всегда означает согласие. При ведении переговоров иногда возникают паузы, которые интуитивно хочется заполнить. С английскими партнерами никогда не нужно бояться мол-

чать. Наоборот, грубым поведением считается, когда человек слишком много говорит, т. е., по мнению англичан, силой навязывает себя другим.

Не начинайте переговоры с английскими партнерами без тщательной подготовки и согласования. В самом начале переговоров рекомендуется выразить свое эмоциональное отношение к встрече или сделать деловой комплимент. Затем неплохо поговорить о последних общеизвестных новостях — культуры, спорта и т. д. Можно и о погоде, но кратко.

На честное слово англичан чаще всего можно положиться. В процессе переговоров они достаточно гибки и охотно откликаются на инициативы противоположной стороны. Английских переговорщиков отличает прагматический подход к делу. Традиционным для британцев было и есть умение избегать острых углов во время переговоров.

Постарайтесь не поддаваться их желанию во время встречи попытаться достичь консенсуса, вместо того чтобы принять конкретное решение.

Мне рассказывали историю, как во время деловых переговоров с англичанами один из российских партнеров, имевший привычку, сидя за столом, все время рисовать что-то на листе бумаги (на этот раз это были крестики в виде английской буквы «х»), вызвал явное недоумение сдержанных англичан, и встреча была по непонятной причине осложнена. Только потом узнали, что такая «графика» означала «целую, целую,

целую».

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Если в процессе общения со своими английскими коллегами вы скажете, что у англичан есть чему поучиться, высока вероятность того, что они охотно поделятся с вами своими знаниями.

Особое внимание на переговорах англичане уделяют длительности периода контрактов. Чем длиннее взаимоотношения с партнерами, и если они еще подкреплены дружескими отношениями, тем охотнее англичане идут на заключение сделки.

Германия

Немцы убеждены, что жизнь делится на две части: публичную и частную. Публичная включает в себя работу, политику, бизнес и разительно отличается от частной, к которой относятся семья, друзья, хобби и отдых. Что уместно в одной ипостаси, недопустимо в другой. Если вы иностранец, то, как правило, видите немцев в их общественном проявлении и никогда в личном.

Представители других наций считают немцев умелыми, аккуратными, пунктуальными, педантичными, людьми, всегда держащими дистанцию, но никто не сомневается в их высоком профессионализме (назависимо от сферы деятель-

ности).

Немцы относятся к жизни с невероятной серьезностью и с неодобрением воспринимают любые проявления легкомыслия, всякие случайности и неожиданности. Немцы предпочитают не нарушать даже те правила, которые сильно осложняют им жизнь, и руководствоваться принципом: все, что не разрешено, – запрещено. Если курить или ходить по траве разрешено, вас уведомит об этом специальная табличка. Немцы помешаны на порядке. «Порядок превыше всего» – любимая их присказка. Ни одна фраза не греет так сердце немца, как: «Alles in ordnung», означающая, что все в порядке, все так, как и должно быть. Во всем должен быть полный «орднунг». Стремление к совершенству – главная отличительная черта немецкого характера.

Немцам есть чем гордиться. Немецкая культура и наука всегда вызывали достойное почтение у других европейских стран, представители которых многому научились у своих соседей. Немцы высоко ценят образованность, подразумевая под ней образование и общую культуру. Демонстрировать свои знания и начитанность не считается дурным тоном. Если вы не афишируете свою образованность, немцы воспринимают это не как проявление скромности, а как признание в собственном невежестве. Если уж вы получили образование, то гордитесь им.

Немцы открыто могут заявить вам о своем несогласии с вашей точкой зрения. Причем это никогда не будет фраза:

«Я полагаю, что вы заблуждаетесь ...», а чаще: «Вы ошибаетесь!» Если немцам что-то не нравится, они самым недвусмысленным образом дадут вам это понять. Но главной целью такого поведения будет поиск оптимального решения какой-то проблемы, а не критика или желание поставить партнера в неудобное положение.

При первом знакомстве к вам будут обращаться «герр такой-то» или «фрау такая-то» (обращение «фрейлен» почти не используется). С вашей стороны знание обращений и умение их правильно применять – очень важный момент. Забывчивость здесь может быть расценена как невежливость. Учитывайте приверженность немцев к ученым степеням и титулам, например, «доктор граф Шенберг». Запомните очередность: ученая степень, дворянский титул и фамилия. При самопредставлении не следует называть свою ученую степень или титул, а достаточно сказать: «Гутен так! Шенберг».

Формальные правила этикета, касающиеся обращений, в Германии очень просты. Когда вы знакомитесь с кем-то, то обращаетесь к этому человеку на «вы». Очень важный совет: в бизнесе никогда не переходите на «ты». Немцы остаются на «вы» с коллегами даже после десятилетий совместного пребывания в одном офисе. То, с какой неохотой немцы переходят на дружеские отношения, свидетельствует об их вечной серьезности. Но иногда переход на «ты» (du) может наступить и довольно быстро. Обычно инициатива исходит от старшего по статусу, и такое предложение чаще всего быва-

ет сделано в неформальной обстановке. При этом подобное предложение обычно поступает только при статусной разнице на одну ступень, а не на две или три. В отличие от представителей многих других наций, где переход на «ты» необратимое действие, у немцев возможно возвращение к обращению на «вы» (к примеру, если один из партнеров становится слишком фамильярным).

Помните, что традиционное приветствие звучит «Гутен морген!» («Доброе утро!»), «Гутен так!» («Добрый день!») или «Гутен абент!» («Добрый вечер!»), но в Баварии говорят «Грюс Гот!», а на севере страны «Мойн-мойн!». Но, обратите внимание, что во время официального делового общения не принято подчеркивать региональные различия и, здороваясь со своими партнерами из Баварии или Нижней Саксонии, используйте стандартные формы приветствия.

При встрече принято крепко пожимать руку и мужчинам и женщинам. Разговаривая с немцем, невежливо держать руки в карманах. Учтите, что личное пространство немцев составляет от 70 см и больше и не вздумайте обниматься или целоваться с ними.

Немцы одержимы несколькими вещами. Состояние собственного здоровья и состояние общества являются излюбленными темами. Автомобили (конечно же, немецкие!) – еще одна страсть немцев. Немецкие автомобили ухожены, укомплектованы и вымыты до блеска. Только абсолютно бесчувственный человек (или иностранец) позволяет себе

ездить в грязном автомобиле. И он может быть уверен, что всюду, где бы он ни появился, его будут сопровождать неодобрительные и испепеляющие взгляды. Можете не сомневаться, что ваш автомобиль расскажет о вас больше, чем ваш кошелек. И если вы захотите продемонстрировать вашу солидность, приезжайте к немецким партнерам на собственном или взятом в аренду «мерседесе», если ваши партнеры из Штутгарта, «фольксвагене», если ваши партнеры из Ганновера, или на BMW, если вы отправляетесь на встречу с баварцами.

Разговоры о политике не приветствуются. Не задавайте немцам также вопросов личного характера, за исключением вежливых расспросов о семье.

Приемлемые темы для разговоров: о сохранении природы (в частности, лесов), экологических проблемах, спорте (традиционно предпочтение отдается футболу) и отпуске. Подходящей темой будут и разговоры о фитнесе, т. к. немцы им очень увлечены.

Не торопитесь продемонстрировать немкам свою галантность, предлагая, к примеру, помочь снять или надеть верхнюю одежду – это может быть негативно воспринято, т. к. немецкие женщины очень эмансипированы. Сделайте так, только если вам намекнут о необходимости подобной помощи.

Немцы обожают своих четвероногих питомцев. Сказать что-нибудь оскорбительное о собаке немца или слегка по-

критиковать ее – значит сильно осложнить себе жизнь. Не удивляйтесь, если в приличном ресторане около соседнего столика (а иногда и около вашего, если ей вздумается погулять по залу) вы увидите собаку, размером напоминающую теленка.

Будьте осторожны в своем желании пошутить. Немцы относятся к юмору чрезвычайно серьезно. Это далеко не шуточное дело. В начале переговоров избегайте шуток, чтобы «сломать лед», – это может создать впечатление, что ваши предложения недостаточно серьезны. Позднее, после трех-четырех успешных сделок, после проверки ваших финансовых и прочих гарантий, шутки могут быть уместны, но анекдоты о представителях меньшинств – табу.

Контролируйте свою жестикуляцию, не зная значения конкретных жестов в Германии, к примеру, никогда не используйте жест ОК (указательный и большой палец соединены в виде кольца), т. к. немцы считают этот жест неприличным.

Для немцев важны даже мелочи. К примеру, никогда не входите в дверь, не постучав, всегда закрывайте за собой внутренние двери, не производите шума и т. п.

На вежливое «Как поживаете?» желательно ответить кратко «Danke gut!». И только при общении с близкими друзьями или родственниками следует отвечать обстоятельно, не упуская ни одной детали, если вы чувствуете, что им это действительно интересно.

Немцы редко говорят комплименты, а комплимент в свой адрес воспринимают настороженно.

Деловые подарки не имеют большого распространения. Демонстрируя свою бережливость, немцы считают, что в качестве знака внимания достаточно и открытки. Исключение составляет только Рождество, а вот вне деловой сферы подарки достаточно популярны. Подарки дарят обязательно в упаковке и раскрывают после получения. Несмотря на то, что алкогольные напитки в частной жизни считаются универсальным подарком, не торопитесь дарить их немецким деловым партнерам, если только они сами не просигнализируют вам, что, к примеру, им очень нравится русская водка. Очень важно провести «разведку» и узнать через третьих лиц об увлечениях конкретного человека. Если вы не сможете продемонстрировать подобное внимание, благосклонно будут восприняты сувениры с национальной тематикой или шоколад известной российской марки, а также книги.

Если вы захотите преподнести букет, помните, что приветствуются розовые или двухцветные розы, но не желтые (к разлуке). Неуместны будут и алые розы, если, конечно, вы не собираетесь объясняться в любви. А также это не могут быть гвоздики, каллы или хризантемы, т. к. эти цветы считаются символом траура.

Национальный стиль ведения переговоров

Деловые связи с немецкими компаниями можно установить путем обмена письмами с предложениями о сотрудничестве. Для установления деловых отношений можно использовать и принятую в Германии практику организации сотрудничества через посредников.

На первое место в бизнесе ставится серьезность и профессионализм. Высоко ценится пунктуальность. Это очень важное качество! Время драгоценно, время – деньги. Его преступно тратить на пустяки. Небрежность в этом вопросе немцы считают невежливым и грубым. Обязательным является предупреждение об опоздании и извинение по прибытии на место. Своей пунктуальностью вы сразу заслужите уважение ваших немецких коллег. Встречи с немецкими партнерами нужно организовывать заранее и на самом высоком уровне.

Чтобы не терять время попусту, немцы во время деловых встреч четко следуют повестке дня, в результате распорядок дня тщательно и подробно расписан.

Церемония представления и знакомства соответствует международным правилам: представление, рукопожатие, обмен визитными карточками. После представления обращайтесь к немецким партнерам по фамилии, а если есть титул – то с указанием титула.

Переговоры ведутся чаще всего с участием нескольких

партнеров. Немцы предпочитают те переговоры, в которых они с достаточной очевидностью видят возможность нахождения решения. Обычно участники очень тщательно прорабатывают свою позицию. В ходе переговоров они любят обсуждать вопросы последовательно один за другим. При заключении сделки немцы будут настаивать на жестком выполнении принятых обязательств, а также уплате высоких штрафов в случае их невыполнения. Если какие-то договоренности нарушаются, важно предупредить партнеров как можно раньше, как только об этом стало известно.

Во время переговоров немцы могут вести себя достаточно жестко. Немцы известны своей склонностью к использованию логического обоснования как одного из стилей ведения переговоров. Немцы не равнодушны к цифрам, схемам и диаграммам. Во время переговоров с ними надо быть логичным в аргументации и точным в изложении фактов. Если вы не уверены в тех или иных фактах, лучше промолчать, чем идти на риск, – это может быть воспринято как недостаток осведомленности и профессионализма.

Общаясь с иностранными партнерами, стоит большое внимание уделять контексту разговора. Так, во время проведения международной выставки-ярмарки «HANNOVER MESSE 2013» в Ганновере стенд нашей компании посетили заместитель мэра Москвы и мэр Ганновера. Естественно, что российский чиновник, будучи знаком уже с нашей компанией, спросил: «Ну как вам тут?», на что я ответил: «Отлично!

Много впечатлений! Вот, за нами «Сименс» (показывая в сторону стенда мировой компании, мол, вот они, поодаль). Немецкий переводчик, видимо не уловив смысл, выдал мэру Ганновера несколько другой перевод: «Они обогнали «Сименс»!» После чего мэр Ганновера удивился и все никак не мог поверить, что наша молодая компания может в такие сроки обогнать такого гиганта, как «Сименс». Тогда заместитель мэра Москвы, поняв «трудности» перевода и игру слов, улыбнулся и сказал: «Так держать!» – пожелал нам удачи на выставке, и, пожав руки, делегация пошла дальше осматривать экспозиции, но у российской ее части было уже приподнятое настроение.

И. Г. Юдин, генеральный директор ООО «ОптимЭлектро»

Если ваши немецкие коллеги пригласят вас в ресторан, не забывайте, что когда инициатива исходит от них, то и счет будут оплачивать ваши партнеры. Предложение долевого участия будет оскорбительно. За столом прикасаются к бокалу, когда прозвучит традиционное немецкое «Цум воль!» («Ваше здоровье!»), а более неформальное «Прозит!» («Вам на пользу!») принято произносить во время дружеских встреч. Если вам придется говорить тост, держите бокал за ножку, а потом приподнимите его. Чокаться не принято. Тостом отвечают на тост. Первый тост произносит хозяин, а гость отвечает на тост позднее в ходе ужина. Не принято начинать есть до тех пор, пока хозяин не даст команду приступить к еде. Гости должны сказать «Данке эбефальс»,

что означает «Спасибо». Чтобы позвать официанта или официантку, говорят «Герр Обер» или «Фрау Обер», а если они далеко, поймав взгляд, следует поднять руку и слегка кивнуть. Чаевые в ресторане можно не давать – чаще всего они уже заложены в стоимость вашего заказа (в этом случае на счете вы увидите слово *bedienung*), но, если вы все-таки хотите их оставить, они не должны быть большими (1–2 евро). Если чаевые не входят в счет – следует оставить официанту 5–10 % от суммы счета.

Обратите внимание, что немцы очень ревностно (!) относятся к региональным сортам пива. Если, находясь в Нюрнберге, вы закажите пиво соседнего Бамберга, то нанесете немецким партнерам ощутимую обиду, продемонстрировав свою «неподготовленность» к встрече.

Италия

Всем известно, что итальянцы живут в стране шедевров искусства, почти в раю. «Откуда вы родом?» для итальянца не праздный вопрос, он требует обстоятельного ответа. Итальянец повсюду, как флаг, возит с собой родной город или деревню. В первую очередь вы услышите, что перед вами римлянин, флорентиец или венецианец, а уж потом – итальянец. Происхождение человека тесно связано с таким ключевым для итальянца понятием, как «*campanilismo*», т. е. взгляд со своей колокольни, верность своим пенатам, лучше

которых в мире не найти. итальянцы считают, что их собственная страна лучшая в мире, поскольку в ней есть все необходимое для жизни: солнце, море, вино, еда и футбол. В то же время они часто упрощают свои внутренние разногласия путем прямолинейного разделения Севера и Юга. Различия между Севером и Югом в отношении к работе, в питании, привычках и языке настолько велико, что, к примеру, фильм, сделанный на юге Италии, пришлось дублировать для северного кинорынка.

Италия – страна чрезвычайно многоликая, никакого общего «итальянского» типа на самом деле не существует. Точно так же есть масса специфических словечек, местных диалектов и всевозможных обычаев. Но есть и многое, что объединяет итальянцев.

Очень много внимания итальянцы уделяют своему внешнему виду. Они всегда замечают, как одеты другие, особенно иностранцы. Совет женщинам: собираясь на встречу с итальянскими партнерами, не выбирайте одежду в мужском стиле, продемонстрируйте женственность, но не увлекайтесь.

Итальянцы считают, что главное в жизни – это стиль. Относиться к жизни легко, а главное – показать другим, что ты относишься к жизни легко, – это и есть стиль. Хорошей иллюстрацией оптимизма итальянцев служит трогательное пожелание: «Пусть самые печальные дни твоего будущего будут похожи на самые счастливые дни твоего прошлого».

Несмотря на свою вспыльчивость и темпераментность, многие итальянцы очень воспитанные люди с хорошими манерами. Grazie («спасибо») и prego («пожалуйста») слышишь в Италии на каждом шагу. Большое значение они придают приветствиям, которые всегда сопровождаются рукопожатиями и поцелуями. Приветствуя друг друга, итальянцы непременно расцелуют знакомого в обе щеки, причем у мужчин это тоже принято. В первой половине дня итальянцы говорят «Бон джорно!» («Добрый день!»), во второй «Бона sera!» («Добрый вечер!»). Существует еще универсальное «Сальве!», которое используется в любое время суток. «Чао!» – неформальное приветствие.

Незнакомых людей называют «синьор» и «синьора». Женщине говорят «синьора», даже если фактически она «синьорина» (незамужняя).

В Италии пунктуальность не считается обязательным качеством – опоздания не то чтобы приветствуются, но, во всяком случае, к ним относятся терпимо. Но деловые встречи начинаются вовремя.

Итальянцы – народ щедрый, но к их щедрости надо относиться с опаской, поскольку ни один подарок не делается в Италии без умысла. Жизнь и власть у итальянцев базируются на системе подарков и услуг. Если вы приняли подарок, вы должны отплатить дарителю аналогичным по стоимости подарком или услугой. Выбирая подарок для итальянского партнера, помните о том, что итальянцы, как известно,

большие любители искусства. Помимо этого итальянцы, как и французы, – великие гурманы. Следует помнить о том, что в итальянском обычае – подарок за подарок, услуга за услугу, поэтому если подарить партнеру-итальянцу слишком дорогой подарок, то можно поставить его в неловкое положение – он будет считать, что должен отдариваться. Вы можете подарить книги, сладости, допустимы и спиртные напитки. Помните, что для итальянцев важен цвет упаковки подарка – избегайте черного, фиолетового или малинового цвета.

У итальянцев хорошее чувство юмора, они умеют смеяться как над собой, так и над другими. Используйте это.

Итальянцы очень уважают культуру. Они знают цену своему культурному наследию, считая его одним из главных источников богатства страны. Проявление уважения к культурному наследию Италии и знаний в этой сфере всегда производит благоприятное впечатление и помогает создать на переговорах атмосферу доверия и доброжелательности.

Итальянцы обожают хорошенько поесть. Фактически вся их жизнь вращается вокруг производства, закупки, приготовления и, главным образом, поглощения пищи. По мере возможности поглощают ее в компании. Крепкие напитки пьют редко, даже знаменитая итальянская граппа не в большом ходу на своей родине. А вот местное вино является непременным атрибутом любого обеда. Пространные тосты не приняты, а перед тем, как выпить, произносят «Салюте!» как доброе пожелание, а вот известное «Чин-чин!» говорить

не следует, т. к. это бессмысленное, по сути ничего не значащее выражение.

В большинстве случаев жесты очень яркие, т. к. без этого речь воспринимается как невыразительная, но более рафинированные итальянцы воздерживаются от энергичной жестикуляции, считая ее даже грубой. Личное пространство при общении невелико. Важен визуальный контакт. Никогда не копируйте жестикуляцию собеседника! Это будет оскорбительно. Поднятые вверх пальцы и ладонь у итальянцев считаются оскорбительным жестом. Поэтому, к примеру, официантов принято подзывать пальцем, направленным вниз.

Во время разговора с итальянцем как можно чаще смотрите в глаза своему собеседнику, иначе он подумает, что он вам неинтересен или вам есть что скрывать.

Национальный стиль ведения переговоров

Протекция, или *raccomandazione*, является неотъемлемой частью итальянской деловой жизни. Для установления деловых связей часто обращаются к услугам посредников, институт которых широко развит, но часто бывает достаточно обмена официальными письмами с предложением о сотрудничестве, в которых излагается краткая информация о компании и указывается предмет делового интереса.

Существующая в стране практика деловых переговоров

отвечает аналогичным нормам большинства европейских стран. Некоторые различия проявляются в поведении представителей крупных и мелких компаний. Последние, как правило, более энергичны и активны на первых этапах установления контактов, стремятся не затягивать решения организационных вопросов и охотнее идут на альтернативные варианты решений.

Если в повседневном общении итальянцы могут быть довольно неформальны, общительны и дружелюбны, то будьте готовы к тому, что во время переговоров они будут вести себя сдержанно и осторожно. В спорных вопросах итальянцы стремятся к разумному компромиссу.

Большое значение итальянские бизнесмены придают тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими примерно равное положение в деловом мире.

Хотя пунктуальность не входит в число итальянских добродетелей, итальянцы очень серьезно относятся к делам, поэтому, назначая встречи, всегда приходите на них вовремя.

При знакомстве с итальянскими партнерами обязательно вручите свою визитную карточку, указав на ней все ваши ученые степени или почетные звания. Общаясь с аристократами, обязательно при первом обращении назовите титул человека, к примеру, «синьора маркиза», а затем в профессиональной среде принято обращение как к дипломированному специалисту. Подсказку вы всегда увидите на визитной карточке итальянского партнера – Avv. (адвокат), Amb. (посол),

Амм. (адмирал), а наиболее распространенные для мужчин и женщин – Dr./Dr.ssa (доктор – любой человек с высшим образованием). Если в ответ на протянутую карточку вы не можете дать свою, надо извиниться, объяснив причину, и пообещать послать ее при первой же возможности.

Немаловажное значение для представителей деловых кругов имеют неформальные отношения с партнерами, в т. ч. и в неслужебное время. Многие деловые вопросы итальянцы предпочитают обсуждать в неофициальной обстановке, например в ресторане. Считается, что такая обстановка позволяет более свободно высказывать истинное мнение или критические замечания в адрес партнера, не рискуя вызвать его неудовольствие. Если вы отклоните приглашение в ресторан, тем самым вы обидите человека и резко ухудшите свои возможности сотрудничества. Обед в ресторане может длиться два-три часа, а деловой ужин может быть еще более продолжительным. В ресторане кто приглашает, тот и платит. Если вас пригласили на прием, то помните, что деловые вопросы обсуждают только в редких случаях.

Франция

Основная жизненно важная забота французов – быть истинными французами. Они абсолютно убеждены в собственном превосходстве – общественном, моральном и индивидуальном – над всеми остальными народами мира. Но в том-то

и заключается их знаменитый шарм, что они нас, т. е. этих остальных, не презирают, а жалеют: ведь мы, увы, не французы. Понятие *la force* («сила, власть, могущество») лежит в основе всего, что французы сделали, – не важно, хорошо или плохо, в течение, по крайней мере, последнего тысячелетия. *La force* – суть их жизни.

Французы считают себя единственной по-настоящему цивилизованной нацией в мире и уверены, что их задача – вести остальные народы за собой, освещая им путь ореолом собственной избранности. Существует истинно французское понятие «номбрилизм» (от слова *pombril* – пуп, пупок), выражающееся в том, что большинство французов считают Францию «пупом Земли» и полагают, что если где-то что-то не так, как у них во Франции, – значит, это плохо.

Для представителей многих других народов самое сложное в восприятии французов – их чрезвычайная противоречивость и переменчивость. А все потому, что четкую последовательность действий французы воспринимают как нечто очень скучное, а быть скучным, с их точки зрения, совершенно непозволительно.

Экспериментаторы по природе, французы отличаются особой любовью ко всяким выдумкам и фантазиям. Им нравятся любые новые идеи и концепции. Главное для французов – быть на высоте самых современных требований. У французов существует четкая система жизненных ценностей. Они, например, всегда с огромным уважением отно-

сились к развитому интеллекту и к высокой квалификации. Перед умом французы поистине преклоняются. Наибольшее уважение и любовь у них всегда вызывали продукты интеллектуальной деятельности, т. е. одновременно ума и чувств. Они способны поклоняться как идеям, так и тем, кто эти идеи создает.

Французы демонстрируют страстную любовь к собственным корням.

Несмотря на озаренное революциями и мятежами прошлое, Франция – страна, где буржуазия сохранилась как класс, хотя официально аристократов в класс теперь не выделяют. Что, впрочем, ничуть не мешает «герцогам» и «графиням» по-французски наслаждаться жизнью. Но лучше не называть никого из французов словом «буржуа». Старайтесь по возможности избегать данного понятия в разговоре.

Слова «мода» и «стиль» неотъемлемая часть жизни французов. Кто, кроме них, согласится потратить целых пять с половиной минут на то, чтобы положить в изящную коробочку крошечное пирожное с вишнями, перевязать эту коробочку атласной лентой и вручить ее покупателю с таким видом, словно это долгожданный первенец, отлично зная при этом, что пирожное будет мгновенно съедено, стоит только покупателю ступить за порог кондитерской? Да, мода здесь диктует все, и еда не является исключением из этого правила.

Современная кухня – поистине апофеоз французского кулинарного искусства. Сама же трапеза – это некий неорели-

гиозный ритуал. Возможны любые восторженные комментарии по поводу качества блюд и напитков на столе, поскольку для французов кухня – это предмет национальной гордости. Существует поговорка, что англичане едят, чтобы жить, а французы живут, чтобы есть. Отношение французов к еде ярко демонстрирует история Вателя – знаменитого метрдотеля и повара великого принца Конде, ставшая известной широкой публике после выхода одноименного фильма, в котором главную роль сыграл Ж. Депардьё. Во время приема в честь визита Людовика XIV Ватель бросился на шпагу от стыда за то, что гостям вовремя могут не подать рыбу. Удивительно даже не то, что в замке Шантийи до сих пор существует ресторан «Кухни Вателя», а то, что история Франсуа Вателя повторяется в наши дни. Когда шеф популярного в Бургундии трехзвездного по гиду Мишлен (Guide Michelin) ресторана «Золотой склон» Бернар Луазо узнал о предполагаемом снижении рейтинга заведения, он застрелился. Самое печальное в этих историях то, что в итоге и рыбу успели подать гостям, и звездность ресторана Côte d'Or не была нарушена.

Помните, что не принято оставлять еду на тарелке, подсаливать блюда или пользоваться пряностями. Пространные тосты не приняты. Во время тоста салютуют. Перед тем, как выпить, говорят «А вотр сантэ!» («За ваше здоровье!»), а чаще «Сантэ!». Если вы с человеком на «ты», можно сказать «А та сантэ!» или «Та сантэ!» («За твое здоровье!», «Будь

здоров!«).

Французы чрезвычайно общительны, но собственную частную жизнь ценят и всячески оберегают. Эта тема – табу.

Французы обожают приветствовать друг друга, обмениваясь рукопожатиями буквально со всеми – дома, по пути на работу, придя на работу, уходя с работы, на пути домой с работы и т. д. Однако весьма важно помнить, с кем ты в течение дня уже успел обменяться рукопожатиями. Французы считают проявлением крайней невоспитанности пожать кому-то руку дважды в день, словно в первый раз ты этого человека попросту не заметил. Когда встречается несколько человек, важно отслеживать, чтобы при рукопожатии не было перекрещения рук – это во Франции считается плохой приметой. Запомните, что рукопожатие не должно быть слишком крепким. Вторым вариантом приветствия между хорошими знакомыми является условный поцелуй в щеку (*accolade*), точнее, легкое прикосновение щекой к щеке. В одних регионах начинают с правой щеки, в других с левой. Количество поцелуев тоже бывает разным. Чаще – два раза. При расставании также используется «поцелуй». Но помните, что в деловой сфере и особенно при общении с иностранцами используется только рукопожатие. Здесь по-прежнему принято говорить «Бонжур!» («Доброе утро!» или «Добрый день!») и «Оревуар!» («До свидания!»), обращаясь ко всем присутствующим, когдаходишь в магазин или кафе и выходишь оттуда. Обязательно нужно поприветствовать человека, ко-

гдаходишь в лифт! Также обращение «Бонсуа!» («Добрый вечер!») произносится как при встрече, так и при прощании. Считается невежливым, если к традиционным приветствиям не добавить «мсье» или «мадам».

Во Франции не принято обращаться к собеседникам по имени, если только они сами об этом не попросили. Обычно употребляют «мсье», обращаясь к мужчинам, «мадам» к женщинам. Слово «мадемуазель» используется только при обращении к очень молодым девушкам. Если женщина постарше (независимо от того, замужем она или нет), к ней обращаются *madame*, если только она сама не попросит называть ее *mademoiselle*. Обратите внимание на грубую ошибку, которую часто допускают иностранцы, не знающие французского языка, – обращение «мсье» или «мадам» и имя (а не фамилия). Для французов-мужчин это звучит смешно, для женщин – даже оскорбительно.

Кроме того, академические или профессиональные титулы очень важны (к примеру, «мсье ле доктор», «мадам ле профессор»).

Французы очень чувствительны к обращениям на «вы» и «ты». Никогда не говорите «ты» французу, пока он сам не обратится к вам на «ты». С другой стороны, французы значительно легче, чем русские, переходят с «вы» на «ты». Если вы познакомились с французом и ваш возраст и социальное положение примерно сопоставимы, при повторной встрече с большой долей вероятности он перейдет на «ты». И если

ваш знакомый станет так к вам обращаться, значит, вы допущены в святая святых французов, в их частную жизнь, вам полностью доверяют и даровали звание близкого друга.

Французы не равнодушны к графологии, считая ее самостоятельной наукой, дающей вполне четкое представление о характере или о полном его отсутствии. Если французу не понравится ваш почерк (или подпись как его квинтэссенция), он запросто может отменить деловую встречу с вами. Любопытно, что метод графологического анализа широко используется во Франции, где 80 % компаний прибегают к услугам графологов при поиске сотрудников (валидность метода у профессиональных графологов составляет 95 %).

Несмотря на то, что правила делового этикета и протокола соблюдаются свято и манеры французов «на высоте», а пунктуальность – знак вежливости, они нередко опаздывают на работу, на деловые встречи, на интервью и т. п. У них свое представление о том, что значит «прийти вовремя». С их точки зрения, «плюс-минус пятнадцать минут» – это совершенно нормально. Именно поэтому они уверены, что не опаздывают никогда!

Во время дружеской беседы французы без конца перебивают друг друга (но во время деловой беседы принято сначала выслушать собеседника). Это отнюдь не проявление невоспитанности, а, напротив, доказательство того, что они внимательнейшим образом слушают, заинтересованы разговором и им тоже не терпится высказаться. На стандартные

вопросы, которые часто задают в начале знакомства, вроде «Чем вы зарабатываете на жизнь?», «Вы женаты (замужем)?» или «Есть ли у вас дети?», француз и отвечать не станет, считая, что это не вашего ума дело. Гораздо разумнее будет поговорить с ним об искусстве, о культуре, о спорте (особенно велогонке «Тур де Франс») или туристических достопримечательностях страны.

Главный совет – не скупитесь на комплименты в адрес Франции. Выучите хотя бы немного французский язык и старайтесь сохранять хорошее произношение – французы это оценят.

Во Франции «встречают по одежке» (особенное внимание уделяется обуви). На первую встречу с французскими партнерами постарайтесь одеться со вкусом.

Жестикуляции французы придают особое значение. Во время беседы руки французов никогда не бывают спокойны. Именно руки придают их мыслям форму, очертания и объем. Поэтому французы считают ужасно невежливым, если вы разговариваете с ними, сунув руки в карманы.

У них есть жесты для всего на свете – для одобрения, если кто-нибудь или что-нибудь пришлось им особенно по душе (целуют кончики пальцев), для выражения скуки (похлопывают по щекам ладонью), для показа того, что они сыты (подносят ладонь ко лбу, словно намереваясь снять с себя скальп) и пр. Во время переговоров старайтесь не прикасаться к нижнему веку: этот жест означает, что вы сомневаетесь

в словах собеседника.

Немаловажное значение имеют хорошая осанка и визуальный контакт. Рефлекторные действия (чихание, зевота, икота и т. п.) совершайте крайне деликатно. Лучше сдержаться или выйти из комнаты.

Во время общения для французов очень важно соблюдать личную дистанцию. Помните, что совершенно недопустимы прикосновения, указывание на что-то указательным пальцем, а также громкая речь (нормальный для россиян тон разговора кажется французам повышенным, а разговор на повышенных тонах они не признают и не прощают). Во время беседы важно, чтобы громкость голоса была не выше средней, а тембр – приятным. Известны случаи, когда французы из нескольких потенциальных российских партнеров выбрали именно того, у кого негромкая, мягкая речь.

Национальный стиль ведения переговоров

В деловой жизни Франции большое значение имеют личные связи и знакомства. Новых партнеров стремятся найти через посредников, связанных дружескими, семейными или финансовыми отношениями. Щепетильные французы обращают внимание на ведение деловых контактов на надлежащем иерархическом уровне.

Прежде чем приступить к установлению деловых отношений с французскими компаниями, необходимо четко опре-

делить цели этих отношений: выход на рынок со своими товарами или закупка товаров, налаживание сотрудничества и научно-технических связей и пр. Узнав как можно больше об интересующих вас компаниях, отправьте в их адрес комплект рекламной литературы и каталогов о продукции вашего предприятия, а также условия, на которых вы готовы ее поставлять. Желательно, чтобы текст был на французском языке. Если вы импортер, в этом случае направляйте запрос с максимальным перечнем того, что бы вы хотели получить от французской компании. Попробуйте выяснить реакцию партнера на сделанное предложение, позвонив ему или связавшись по электронной почте, и попросите его подтвердить получение предложения, выразив надежду на скорейший ответ. Будет гораздо легче установить контакт с французами, если вам удастся найти посредника, т. к. в деловой жизни большую роль играют связи и знакомства.

Осторожность – вот слово, которым можно описать поведение французов в делах. Французские бизнесмены тщательно готовятся к предстоящим переговорам. Они любят досконально изучать все аспекты и последствия поступающих предложений. Поэтому переговоры с ними проходят в значительно более медленном темпе, чем, например, с американцами.

В то же время, как правило, в начале переговоров французы не склонны вести светскую беседу. Они предпочитают сразу переходить к делу, без долгого разговора на нейтраль-

ные темы. Они могут медленно принимать решение по какому-то вопросу, но о своих намерениях они заявляют быстро и прямо.

Эксперты по вопросам переговорного процесса отмечают негативное отношение французов к компромиссам, которое усиливается чувством интеллектуального превосходства, свойственным французам. Они не склонны к торгу, и в результате оказывается, что французы достаточно жестко ведут переговоры и, как правило, не имеют запасной позиции. Часто представители французской делегации на переговорах выбирают конфронтационный тип взаимодействия, но при этом стремятся сохранить традиционные для французов учтивость, вежливость, любезность, склонность к шутке и непринужденность в общении.

Большое внимание французы уделяют предварительным договоренностям, предпочитают по возможности заранее определить вопросы, которые могут возникнуть в ходе официальной встречи, провести предварительные консультации по ним.

Французские предприниматели не любят сталкиваться в ходе переговоров с неожиданными изменениями в позициях.

Иногда во время обсуждения французы перебивают собеседника, высказывая критические замечания или контраргументы. Это не должно восприниматься как проявление неуважения, у них принято так вести себя во время бе-

седы. Контракты, подписанные совместно с французскими компаниями, предельно точны в формулировках, лаконичны (обычно не содержат большого количества страниц текста) и не допускают разночтений.

Помните, что бюрократическая волокита во Франции – объективная реальность. Решения здесь принимаются ограниченным кругом лиц высокого статуса. Чем ниже уровень переговоров, тем больше времени уходит на согласование решений. В отличие, например, от американцев, французы почти никогда не решают вопросы «один на один».

Поскольку французы с любовью относятся к своей истории, культуре, языку, немаловажным фактором при проведении переговоров и во время деловых встреч с ними становится использование французского языка в качестве официального. Родной язык для французов – воплощение национального достоинства, поэтому материалы для обсуждения на переговорах желательно готовить на французском языке.

Не говорите во время деловых встреч по-французски, если у вас низкий уровень знания языка или плохое произношение, т. к. французов, невероятно гордящихся своим языком, это очень раздражает. Однако, если ваш французский партнер заговорил вдруг по-английски или по-русски, считайте, что в этот день вы получили самую большую уступку.

Во время деловых переговоров важно, чтобы ваша одежда, обувь, прическа, руки выглядели безупречно. Следует пользоваться парфюмерией непременно высокого качества

и очень умеренно.

Если после переговоров вас ждет обед или ужин в ресторане, помните, что счет оплачивает тот, кто приглашает. О важном деле говорят обычно после долгого разговора на нейтральные темы и как бы вскользь, без нажима – между «сыром и грушей», или за кофе, т. е. в конце встречи. Но иногда разговор о важном деле может быть начат и во время аперитива. Если вы будете есть багет, обязательно следите, чтобы не положить хлеб в перевернутом виде – это плохая примета.

Во время поездки во Францию один мой знакомый был приглашен в дом к своему деловому партнеру. Он знал, что надо заранее послать хозяйке цветы и принести с собой небольшой подарок, что он и сделал. В этот вечер хозяева пригласили еще несколько человек, и, как ни старался мой знакомый, он все-таки допустил ошибку, т.к. по русскому обычаю он каждый раз после тоста хотел чокнуться непременно со всеми присутствующими гостями, думая, что если он к кому-то не подойдет, он этого человека обидит. А французы воспринимали это как некоторую навязчивость, т.к. во Франции чаще салютуют, чем чокаются.

В. Д. Мкртчян, генеральный директор группы компаний «Юмит»

Быть приглашенным в дом на ужин своим деловым партнером считается во Франции исключительной честью. На ужин следует прибыть на 15 минут позже назначенного времени, принеся в подарок, к примеру, дорогой шоколад от

шоколатье, но не вино – его французы предпочитают покупать сами. Можно подарить ликер высокого качества, к примеру, смородиновый ликер (crème de cassis) – один из ингредиентов любимого французами кира. Если в качестве подарка выбраны цветы (не гвоздики и не хризантемы, которые во Франции считаются символом траура, т. к. их приносят на могилы), то лучше не приносить их во время визита, а отправить букет хозяйке на следующий день с благодарностью за гостеприимство, чтобы хозяйке не пришлось заниматься ими при встрече гостей.

При первой деловой встрече с партнерами из Франции подарки обычно не дарят. При следующих встречах желательно вручать подарки, к примеру, художественные альбомы и фотоальбомы с видами Москвы, Санкт-Петербурга, исторических дворцов и т. п. Поскольку для французов крайне важно проявление индивидуальности, постарайтесь выбрать изящный и неординарный подарок.

Испания

Испания – страна многонациональная. Все регионы Испании имеют свою столицу, флаг, законодательство и диалект. Для испанцев вопрос о национальности сильно затуманен вопросом о языке. Многие испанцы очень гордятся своим собственным языком. Андалузцы, арагонцы, баски, каталонцы, кастильцы и галисийцы действительно сильно раз-

няться между собой.

Об испанцах говорят, что они непредсказуемы, ибо испанцы и сами не знают, как они поведут себя в следующую минуту. Они то и дело меняют свое мнение. Проблематично говорить и об организованности испанцев. Самое главное слово в лексиконе испанцев – это «маньяна» (обычно сопровождаемое пожиманием плечами), что означает «завтра», или «как-нибудь завтра», или «послезавтра», или «на следующей неделе», или «через неделю», или «(может) в следующем месяце», или «(может) в следующем году», или «позже», или «как-нибудь», или «никогда», или «ни за что».

Семья и дом для испанца неизмеримо важнее всяких материальных благ, и отказ от семейного благополучия рассматривается как потеря, а не приобретение.

В большинстве своем испанцы уделяют манерам не слишком много внимания. Никто не ждет от вас извинения за незначительный проступок, но и слова благодарности тоже не сыпятся, как из рога изобилия. Испанцы считают, что все это жеманство. Они не скрывают своего удовольствия, но и неудовольствия скрыть не пытаются.

Опоздание ни в коем случае не считается дурным тоном, а вот недослушать своего собеседника, кем бы он ни был и о чем бы ни говорил, считается моветоном. А поскольку испанцы никогда никуда не торопятся, то и о делах своих они могут рассказывать вам часами. И раз уж прерывать собеседника или намекать ему на то, что у вас другая встреча,

считается неприличным, то смиритесь и успокаивайте себя тем, что тот, с кем у вас еще пять часов назад была назначена встреча, не дожидается вас с нетерпением в назначенном месте, потому что сам выслушивает бесконечные истории своего друга, которого он, как и вы, тоже не может прервать.

Несмотря на то, что испанцы легко могут тратить свое время на «мелочи», представители этой нации лучше других понимают его ценность. И это понимание прекрасно выражено в старинном испанском тосте: «За здоровье, любовь и богатство и за то, чтобы у нас было время наслаждаться всем этим!»

Сиеста, без всякого сомнения, самое любимое из всех самых любимых занятий испанцев. Два часа послеобеденного отдыха, которые реально растягиваются между двумя и пятью дня, просто святы. Поэтому законодательная инициатива о сокращении обеденного перерыва до одного часа (как и во всех европейских странах) до сих пор не одобрена. И даже в случае принятия этого закона в силу многовековой привычки вряд ли можно надеяться на его строгое исполнение.

В испанском языке вежливое обращение друг к другу «устед» («вы») соседствует с менее формальным «ту» («ты»). Но, будучи представленными, испанцы напрочь забывают о вежливом «устед». Для иностранца, не разбирающегося в местных обычаях, «устед» и «ту» могут стать постоянной головной болью, поскольку «устед», произнесенное якобы с издевкой, может быть большим оскорблением,

т. к. дает понять адресату, что он ведет себя вызывающе.

Обращения «дон» и «донна», добавленные к именам, являются выражением глубокого уважения. С другой стороны, это признак благородного происхождения.

Кроме слов приветствия обязательны поцелуи: мужчины целуют женщин, женщины целуют женщин, дети целуют мужчин и женщин и так до бесконечности. И все потому, что испанцы демонстративно эмоциональны и общительны. Abrazos, или объятия, допустимы только между друзьями. Во время беседы испанцы стоят очень близко друг от друга. Если к вам подошли очень близко – не отшатывайтесь, это невежливо. Испанцы всегда выразительно жестикулируют во время беседы, но вам следует вести себя в этом отношении более сдержанно.

Испанцам импонирует английский юмор и способность англичан смеяться над собой, не теряя при этом своего лица. Они ценят иронию, но редко прибегают к ней сами. Основным источником испанского юмора является пренебрежительное отношение к опасности.

Избегайте обсуждения таких тем, как гражданская война, период правления Франко, баскский терроризм, коррида и личная жизнь.

Национальный стиль ведения переговоров

Всякий, вступающий в переговоры с испанскими компа-

ниями, должен вооружиться бесконечным терпением.

В бизнесе в Испании родственные отношения, долголетняя дружба и преданность гораздо важнее знаний. Сговорчивость и мягкость ценятся здесь намного выше, чем деловая хватка. Очень важны такие вещи, как доверие, взаимопонимание и психологическая совместимость. И если с вами интересно пить кофе, можете быть уверены, контракт вы получите.

Конкуренты, клиенты или коллеги подразделяются на четыре категории:

- «вальенте» – смелый решительный человек, который способен сразу вас уговорить;
- «интеллихенте» – занудный, но надежный, который будет сыпать аргументами, основанными на статистических данных;
- «буэно» – умный парень, но честный;
- «листо» – очень хитрый, которому нельзя доверять ни на йоту.

Как правило, переговоры проходят с участием одного или нескольких партнеров и традиционно начинаются с обсуждения общих тем: достопримечательностей города, спортивных новостей, новостей культуры и т. п. Стиль ведения переговоров с представителями испанских компаний менее динамичен, чем, например, с американцами.

Так же как и предприниматели других стран, испанские

бизнесмены большое значение придают тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими практически равное положение в деловом мире или обществе. Старайтесь не ставить своего партнера в неудобное положение, т. к. для испанцев такие понятия, как гордость и честь, имеют первостепенное значение.

Обратите внимание на такой нюанс – испанские партнеры неравнодушны к качеству оформления деловой документации и визитных карточек, а также предъявляют высокие требования к качеству презентаций.

Ваши предложения должны быть обстоятельными и практичными. Грандиозные проекты воспринимаются не слишком хорошо.

Поскольку испанцы очень любят много говорить, то регламент встреч часто не соблюдается. Не следует назначать встречу в «час» сиесты. Но если вы захотите с кем-то встретиться в это время, рассчитывайте, что встреча наверняка произойдет в ресторане. При этом пригласить в ресторан означает взять на себя оплату всех расходов.

Склонность испанцев опаздывать на встречи является предметом многочисленных шуток. Но постепенно в деловой сфере испанские представления о пунктуальности все же меняются. На самом деле деловые встречи обычно начинаются минут на пятнадцать позже назначенного времени. Но вам лучше прибывать точно в срок, даже если потом придется немного подождать.

Церемония знакомства не отличается от общепринятой в Европе: приветствие, рукопожатие и обмен визитными карточками. Такие аспекты, как внешний вид, протокол и формальности имеют большое значение для того, чтобы вас восприняли должным образом.

Испанцы относятся к тем людям, которые встречают незнакомого человека «по одежке».

Ими будет оценен по достоинству безупречный внешний вид партнера по переговорам. Чтобы понравиться испанским коллегам, работайте на контрастах – костюм ваш должен быть строгим, а речь как можно более цветистой.

Традиционно испанцы носят двойные фамилии, и чтобы разобраться в них, требуется некоторое усилие. К счастью, в деловом общении используется только первая фамилия. Так, Филипе Родригес Фернандес, скорее всего, будет известен как синьор Родригес. Слова *senor* или *senora* всегда должны предшествовать фамилии вашего собеседника.

Испанцы любят говорить, что человек не может вести дела с тем человеком, с которым он не ужинал вместе. Поэтому после официальной части переговоров никогда не отказывайтесь от предложений неформального времяпрепровождения.

Гастрономический аспект очень важен для испанцев: соблюдая общие правила поведения за столом и зная традиционные для Испании особенности столового этикета, вы проявите должное уважение к деловому партнеру, которое для

него гораздо важнее, чем вам может показаться.

Во время деловых встреч с испанскими партнерами не стоит демонстрировать свое богатство – вы никого этим не удивите, а скорее всего, партнеры отнесутся к вам с недоверием. Известен случай, когда во время делового обеда один российский предприниматель решил продемонстрировать испанцам «широту русской души» и попросил у метрдотеля всю тележку с десертами. Эффект оказался прямо противоположным: метр десерты не продал, сказав, что они приготовлены для всех клиентов ресторана, а испанская сторона проявила такое недоверие к партнеру, что сделка не состоялась.

Деловые обеды и ужины – часть испанской деловой культуры, но иностранные партнеры не должны инициировать обсуждение деловых вопросов – дождитесь, чтобы ваши испанские коллеги сами предложили обсудить эти вопросы.

В Испании не принято приглашать деловых партнеров домой. Если такое приглашение последует, отправьте заранее хозяйке цветы (кроме желтых роз, являющихся знаком неверности, георгинов или хризантем, которые являются символом траура) или принесите торт, коробку конфет или вино дорогих марок. Никогда не приносите «Сангрию». Существует шутка, что «Сангрия» – это напиток для туристов, который готовится из вина, слитого из бокалов, недопитых накануне.

Избегайте слишком дорогих подарков, которые могут

быть восприняты как взятка и обидят вашего партнера. Иногда и гостю дарят подарок. Его следует развернуть и поблагодарить за внимание.

Швеция

Общей чертой для всех шведов является особое состояние души, нечто вроде английского сплина. Шведы склонны к углубленным размышлениям о смысле жизни, которыми они занимаются серьезно и подолгу, не приходя при этом ни к каким сколько-нибудь удовлетворительным результатам. Не удивительно, что шведы при первом с ними знакомстве производят впечатление людей замкнутых и холодных. Они так заняты внутренним диалогом со своим вторым «Я», что им трудно влиться в окружающую их компанию. Но стоит им выйти из происходящего в их душе внутреннего борения, как они оказываются способными на проявление дружеских чувств и гостеприимства до такой степени, что это граничит с настоящей человеческой теплотой.

Еще одна общая для всех шведов черта характера – это склонность уступать давлению. В отличие от своих предков викингов, предпочитавших конфронтацию даже в самых простых спорах, современные шведы всеми силами стараются избегать конфликтов. Они считают уступчивость самой разумной и дальновидной стратегией.

В современном шведском языке есть слово *ladom* («до-

статочно» или «довольно», «в меру», «вполне», «сносно»), которое стало в настоящее время символом (и даже синонимом) шведской умеренности. Это понятие пронизывает всю шведскую жизнь и помогает шведам сглаживать все острые углы. Шведы твердо и искренне убеждены в том, что их страна и люди в ней достаточно (ladom) хороши во всех отношениях. Это касается как их образования, так и качества продукции и жизни, производительности труда и промышленности, личной и общественной безопасности и пр.

Шведы предпочитают, чтобы их представлял посредник. Рукопожатие принято крепкое, но мужчина пожимает руку женщины очень мягко. Во время рукопожатия обязательно нужно сохранять визуальный контакт.

Титулы и звания в Швеции всегда были и остаются в почете. В постоянном употреблении обращения «господин», «госпожа», а также статусные обращения – такие как, например, «господин генеральный директор».

Шведы – самые большие в мире любители природы. Они готовы говорить на эту тему сколь угодно долго. Поэтому лучшей темой для разговора будет экология и вопросы спасения природы от разрушительного воздействия человека. Хотя шведы и уверяют, что только в Швеции можно без всякого стеснения обсуждать абсолютно любую тему, не принимайте эти уверения целиком за чистую монету, поскольку, например, рассуждать о чертах характера других народов абсолютно недопустимо.

В большинстве своем шведы – сторонники здорового образа жизни, хотя многие не равнодушны к спиртному, а вот курильщиков в стране мало: сигареты очень дорогие. Кроме того, большие штрафы за курение в общественных местах.

Шведский колорит немыслим без такого понятия, как smorgasbord («шведский стол»). В данном случае речь идет о подлинно шведском столе. Одним из главных блюд которого является шведский деликатес, называемый неискушенными иностранцами «тухлая рыба» – куски свежего селедочного филе, перебродившего в консервных банках. Его аромат сбивает с ног даже достаточно крепкого иностранца, а для многих дело вообще может кончиться «гибелью от удушья». Так что будьте осторожны, увидев название surströmming.

Если кто-то задастся вопросом, что придает шведам энергию, то ответ долго искать не придется. Главный шведский энергоноситель – это кофе. Если будет введено эмбарго на импорт кофе в Швецию, то можно быть уверенным, что жизнь в стране через несколько дней остановится. Жизнь без кофе – нечто просто немыслимое.

В денежных делах шведы предельно аккуратны и щепетильны и находят в этом особое удовольствие. Они дают ровно столько, сколько и берут, – ни больше, ни меньше. Если компания шведов отправляется в ресторан, то плата за обед или ужин распределяется между участниками застолья. Причем платят они не поровну, а строго каждый за себя, в соответствии с тем, что каждый заказывал. Вне зависимо-

сти от количества выпитого, участники вечеринки напрягают память и математические знания и точно высчитывают свои доли. Иностранцу, которому доведется стать свидетелем подобных сценок из шведской жизни, не следует, однако, спешить с выводами. Шведы отнюдь не патологические скряги. Просто дело в том, что они терпеть не могут быть кому-то чем-нибудь обязанными или чувствовать от кого-либо зависимость. Если швед принимает от кого-то подарок, будьте уверены, что он сделает все возможное, чтобы в равной мере ответить дарителю подарком со своей стороны. А если вам окажут какую-нибудь услугу, будьте готовы к тому, что вам со временем напомнят о ней, и нужно будет адекватным образом воздать доброжелателю должное. Беспроигрышным подарком в Швеции является качественный алкоголь.

Национальный стиль ведения переговоров

Уровень квалификации шведских бизнесменов очень высок, поэтому в своих партнерах они особенно ценят профессионализм.

Шведы, как правило, владеют несколькими иностранными языками, в первую очередь английским и немецким.

Шведы любят планировать дела заранее, поэтому и о деловых встречах лучше договариваться заблаговременно. На переговоры являются в точно назначенное время. Пунктуальность – качество обязательное для всех. Если вы опаз-

дываете (но лучше вам этого не делать), позвоните и объяснитесь. Шведские бизнесмены предпочитают знать заранее состав участников переговоров и программу пребывания (в случае, когда они ваши гости).

Во время деловых переговоров шведы пытаются определить стратегический смысл ваших предложений. Шведы – педанты. Они предварительно и всесторонне изучают полученные предложения и любят рассматривать все вопросы в мельчайших деталях, поэтому, если вы хотите достичь успеха, на переговоры следует приходить тщательно подготовленным. Шведы строго придерживаются повестки дня любой деловой встречи, но по традиции первые десять минут бывают посвящены беседе на свободные темы.

Если американцы непременно хотят, чтобы деловая встреча завершилась подписанием контракта, а итальянцы предпочитают обсуждать детали договора во время делового обеда, чтобы заключить его за десертом, то шведы подходят к этому иначе. Их чувство умеренности, ощущение достаточности – *ladom*, заставляет их считать достаточным достижение того момента в переговорах, когда довольно четко очерчиваются контуры оптимального решения. После этого всякое обсуждение прекращается, разговоры принимают характер болтовни о всякой всячине или мелких деталях, а сам договор представляется простой формальностью. К сожалению, только сами шведы обладают способностью определить в ходе переговоров этот «момент истины».

Дружеские связи и отношения играют особую роль в развитии бизнеса. Работа не ограничивается стенами офиса и часто имеет продолжение за дружеским ужином в ресторане или в гостях. При этом никогда не называйте вашего партнера по имени до тех пор, пока он сам вам этого не предложит. Несмотря на прошедшую в стране оригинальную реформу, согласно которой в Швеции теперь все обращаются друг к другу на «ты» (за исключением обращений к членам королевской семьи), не спешите следовать этому правилу при первой встрече с деловыми партнерами. Обычно шведы не обмениваются подарками во время деловых встреч, но с благодарностью примут маленький подарок после успешного заключения договора. Рождественские подарки коллегам допустимы, но не обязательны. Обратите внимание, что, по существующей в стране примете, неудачным подарком являются изделия из хрусталя.

Помните, что в Швеции очень строго соблюдаются правила дорожного движения. Находиться за рулем в нетрезвом виде (даже после приема пива) – серьезное нарушение. Поэтому имеет смысл позаботиться о водителе. И еще: когда сидящий за рулем личного Porsche монарх пронесся мимо полицейского поста со скоростью 160 км/ч, разразился грандиозный скандал. Формально арестовать короля за превышение скорости не могли, но его заставили не только заплатить штраф, но и публично принести нации извинения.

Норвегия

Норвегия – самая молодая из северных стран. До начала XX века Норвегия была в унии с Данией, а потом со Швецией.

Норвежцы искренне полагают, что их братья-скандинавы и в подметки им не годятся. Ведь норвежский язык – самый мелодичный, Норвегия – самая красивая страна, а норвежцы – самый красивый из северных народов.

Патриотизм норвежцев граничит с фанатизмом. Девиз средневековых королей «Alt for Norge» («Все ради Норвегии») до сих пор остается главным жизненным принципом граждан страны.

Норвежцы абсолютно лишены пафоса в общении. Зачем все время думать о том, кому говорить «вы», а кому «ты»? Гораздо удобнее просто избавиться от ненужного местоимения «вы». Как и шведы, они говорят «вы» только членам королевской семьи.

Норвежцы милы, приветливы и очень любят посидеть вечером в баре за кружкой пива. Если же вас вдруг пригласят в гости, то, во-первых, воспринимайте это как великую честь, ибо обычно норвежцы приглашают друг друга не домой, а в ресторан, а во-вторых, «проанализируйте» приглашение. Если вас пригласили на чашечку чая, не рассчитывайте на обед. На стол подадут именно чай с печеньем и ма-

ленькими бутербродами. Это не жадность, а любовь к себе – зачем утруждать себя приготовлением разносолов для гостей, если можно пойти в ресторан и заказать там все то же самое, да еще и сэкономить на этом кучу денег, потому что по правилам норвежского этикета в ресторане каждый платит сам за себя. Но если вас пригласят на обед – вас ждет поистине королевская трапеза. Получив приглашение в дом, не забудьте взять с собой подарок (шоколад или другие сладости, вино или крепкий алкоголь, который в стране очень дорог). При этом не обольщайтесь таким дружеским отношением – на построение действительно доверительных отношений может уйти немало времени.

В норвежском языке нет слова «пожалуйста». Например, норвежец при оплате ужина в ресторане скажет: «Я хочу счет», а не так, как рекомендуют принятые во всем мире правила этикета: «Принесите, пожалуйста, счет». При этом вы должны непременно поблагодарить хозяина вечера или ресторана за поданное вам угощение, сказав: «Takk for maten. Den smakte godt», что в буквальном переводе означает: «Спасибо за еду. На вкус она была хороша».

Обязательным также является выражение благодарности за проведенное вместе время, даже если на самом деле вам было неприятно. Сразу после встречи, при расставании, говорят: «Takk for i dag» («Спасибо за сегодня»). Встретившись на следующий день после вечеринки, следует непременно сказать: «Takk for i gaar» («Спасибо за вчера»). Оста-

ется только удивляться, как это может сочетаться с нелюбовью норвежцев к церемониям.

В качестве приветствия распространены рукопожатия и, как ни странно, между более близкими людьми – объятия. Целоваться не принято – это считается «негигиеничным». Зато трижды приложиться своей щекой к щеке знакомого – как раз то, что надо. Наверное, этот способ приветствия кажется норвежцам более «стерильным».

Норвежцы очень заботятся о собственном здоровье и охране окружающей среды. Вряд ли в мире есть другой народ, для которого путешествия стали бы жизненной ценностью (вспомните знаменитых норвежских мореплавателей Фритьофа Нансена, Руаля Амундсена, Тура Хейердала). Также норвежцы страшно гордятся своей литературой. И у них есть для этого все основания. Поэтому разговоры на эти темы будут бальзамом для души любого норвежца. Удачной темой также будет разговор о красоте норвежской природы. Но не затрагивайте таких тем, как социальное положение ваших собеседников и другие аспекты их личной жизни.

Национальный стиль ведения переговоров

Норвежцы невероятно упорны и успешны. Небольшая по численности нация умудрилась создать экономику, которая по оценкам Международного института развития менеджмента (Швейцария) занимает по конкурентоспособно-

сти шестое место в мире.

Норвежский стиль деловых переговоров характеризуют как прямой, открытый и последовательный. Норвежцы всегда выполняют взятые на себя обязательства, но и от своих партнеров ждут того же. В делах норвежцы надежны, аккуратны и основательны.

Они очень осторожны в делах с теми, кого недостаточно хорошо знают. Не любят болтовни и экстравагантных проявлений, а любят планировать все дела и расходы заранее.

Договариваясь о встрече с норвежскими партнерами, будьте готовы к тому, что она состоится не завтра. Причем зачастую не потому, что все другие дни так уж плотно заняты важными делами, а для того, чтобы придать встрече соответствующий вес.

К планам и договоренностям отношение очень щепетильное. Все, что было сказано, непременно будет выполнено. Устные договоренности имеют почти такую же силу, как и контракт, заключаемый на их основе. Выполнение позиций контракта – святое дело. Если вы что-то не выполняете из достигнутых договоренностей, считайте, что вы потеряли своих норвежских партнеров навсегда. Ссылки на забывчивость, цейтнот или неблагоприятные обстоятельства не принимаются.

Если вы получите от норвежских партнеров приглашение провести время на природе (пикник, рыбалка, лыжная прогулка), обязательно примите его, подчеркивая общность ин-

тересов.

Помните, что Норвегию и Россию соединяют давние и прочные исторические связи. Норвежцы и по сей день «питают слабость» к северу России, активно контактируя с Архангельском и Мурманском.

Отправляясь на встречу с норвежскими партнерами, оденьтесь формально, но не перестарайтесь. Дело в том, что большинство работающих норвежцев предпочитают неформальный стиль одежды. Особые требования предъявляются только к одежде банковских и государственных служащих. В официальной обстановке работникам необходимо носить костюмы делового стиля сдержанных тонов. Женщины не должны надевать на работу слишком коротких юбок, а мужчины – ярких галстуков.

Дания

Датчане полагают, что быть датчанином – это привилегия, которая делает их людьми особого рода. Они утверждают, что если вся Северная Европа – это миска с рисовым пудингом, то Дания – это золотая ямка в середине, полная растопленного масла.

Датчане смотрят на окружающий мир с уверенностью, что если они и не создали совершенное общество, то, по крайней мере, подошли к нему ближе, чем прочие народы. Есть только две вещи, которым датчане могут позавидовать: это

теплые зимы и красивый язык.

Язык их выучить невозможно, своеобразие их культуры неуловимо, но датчан все любят. Да и разве можно не любить создателей «Лего», производителей огромного количества бекона и сливочного масла, а также самого лучшего (как они сами считают) пива?

Дания – страна скромности и умеренности. Перед тем, как начать любое дело, претворить в жизнь любую идею, датчане должны найти ответ на вопрос, насколько это все полезно для общества. Политическая и правовая системы нацелены на достижение консенсуса, а не на стимулирование разницы во мнениях.

Датчане любят сотрудничать друг с другом. Они хорошо ладят и с другими. Датчане сотрудничают не только с коллегами, но и со своими соперниками, потому что совместный труд воспринимается как полезный в любом варианте.

Датчане уверенно освободили себя от всяких мелких форм этикета и от остатков пресмыкательства перед старшими по чину, хотя во многих странах все это до сих пор считается хорошими манерами.

В датском (как и в норвежском) языке слова «пожалуйста» просто не существует. Вместо него говорят *Bede om* (буквально – «просить»). Например: «Могу я попросить еще одну газету?»

Датчане обо всем говорят то, что думают. Стеснительность им совершенно не свойственна.

Им очень не нравится, когда люди опаздывают. Если их пригласили куда-нибудь в определенное время, они явятся минута в минуту, если не раньше. Считается невежливым заставлять кого-либо ждать. Любому, кто примется извиняться за опоздание на деловую встречу больше, чем на десять минут, скажут с улыбкой: «Бывает», подразумевая: «Бывает, но не со мной».

В формальной обстановке для приветствия используется слово «Годдах!» (в неформальной «Хей!») и рукопожатие – крепкое, краткое, со взглядом в глаза. Представление одним человеком другому третьему лицу не распространено. Датчане обожают заниматься самопредставлением. Сначала датчанин представится всем, с кем он незнаком, а в конце встречи датчанин опять обойдет всех и попрощается.

Не спрашивайте у датчанина «Как дела?», если вы не хотите получить подробный ответ на свой вопрос.

Датское чувство юмора терпит большой урон оттого, что датчане все понимают буквально. Например, вопрос: «Вы умеете играть на скрипке?» Ответ: «Не знаю, я никогда не пробовал».

Несмотря на то, что в жизни датчан мало формальностей, все-таки есть одна область, где они соблюдают целый церемониал. Когда они обращаются друг к другу, то упоминают профессиональные звания и титулы своего адресата. Есть три возможных объяснения того, почему подобные формальности упорно сохраняются в таком неформализо-

ванном обществе. Первое состоит в том, что датчане так долго обучаются, чтобы получить профессиональное образование, что начинают отождествлять свою личность с профессией, которой они очень гордятся. Второе объяснение – в Дании столько людей, носящих имя Карен Хансен, что надо же как-то различать их. А третье – это привычка, от которой не хотят отказываться.

Датские и шведские застольные игры с тостами не знают границ. И если в других странах тосты почти незаметны, то датчане и шведы известны своим ритуальным «Сколь!». Это традиционное присловье при поднятии бокала, нечто вроде нашего «Ваше здоровье!». Но если просто сказать «Сколь!» – этого будет недостаточно. По правилам это делается так: вы приподнимаете бокал, ловите чей-нибудь взгляд, поднимаете бокал на уровень глаз, ждете, пока еще кто-нибудь к вам не присоединится, смотрите на всех заинтересованных лиц, поднимаете бокал еще чуть выше и произносите «Сколь!», а уже после этого подносите бокал к губам. Потом все проделывается в обратном порядке: бокал отводится от губ, его держат на уровне головы, все заинтересованные лица смотрят друг на друга, улыбаются, одобрительно кивают и наконец-то бокал возвращается на свое место. Причем важно еще соблюдать последовательность обращения. На первом месте (если вы мужчина) должна быть ваша «дама стола» – присутствующая на вечере женщина, сидящая справа от вас. Произнести тост, обратившись к даме

другого кавалера, опередив того своим «Сколь!», уже считается оскорблением и становится поводом для соперничества между ними. Также не принято произносить тост за хозяйку или хозяина или за тех, кто старше по положению или возрасту, пока они первыми не предложат тост за вас, и еще масса ограничений. Утешает лишь то, что со временем научиться играть в эту игру не так уж сложно и через несколько десятков раз у вас все получится.

Национальный стиль ведения переговоров

Чтобы лучше понять специфику датского стиля ведения переговоров, полезно познакомиться с жизненными принципами датчан.

Датское общество построено на согласии, а не на противоречиях. Главное направление мысли в Дании – поиски компромиссного решения.

Название знаменитого конструктора «Лего» происходит от слов *leg godt*, что буквально означает «играть хорошо», и в этом искусстве действовать согласованно датчане действительно преуспели. В любой брошюре для иностранцев, изданной с целью налаживания торговли, слово «сотрудничество» попадаетея раза три на каждой странице.

В любой датской компании, независимо от профиля деятельности, вы всегда увидите признаки группового мышления. Этот кодекс всеобщей конформности впервые был опи-

сан выдающимся датским и норвежским писателем Акселем Сандемусе в 1933 году. Существует десять заповедей, среди которых: «Ты должен верить, что каждый собой что-то представляет», «Ты должен верить, что любой человек так же хорош, как и ты», «Ты должен думать о каждом человеке как о равном тебе», «Ты должен думать, что всякий человек заслуживает заботы и внимания», «Ты можешь у каждого чему-нибудь научиться» и т. п. Следуя духу этого кодекса, датские компании не любят привлекать внимание к своим успехам или обнародовать свои большие возможности. Для того чтобы все звучало приемлемо скромно, бизнесмены любят говорить о своих действиях безличными предложениями, истинный смысл которых завуалирован, например: «Производство и распределение продукта в ста странах координируется из Дании», что означает: «Мы весьма успешно производим и продаем товары через нашу сеть в ста странах мира».

В делах датчане сдержанны и не проявляют эмоций. При общении с датскими партнерами очень важна пунктуальность и оперативность действий. В то же время, договорившись о встрече с датскими партнерами, не следует приходить заранее, т. к. это может быть расценено как неуверенность в себе или слишком уж явная заинтересованность встречей.

Как можно быстрее реагируйте на деловые письма, запросы, предложения и приглашения.

При всем эмоциональном комфорте в рабочей атмосфе-

ре датских бизнесменов можно назвать трудоголиками. Прогресс по службе напрямую зависит от профессиональных успехов, при этом нагрузка очень высокая. От сотрудников крупных компаний, имеющих клиентуру в разных странах, ожидают активной деятельности 24 часа в сутки, а это означает, что, если датчанину позвонят из Гонконга в полчетвертого утра, он выскакивает из постели, едет в свой офис и берется за дело.

Не стоит переходить на обращение по имени, пока ваши коллеги сами не предложат вам сделать этого.

Во время переговоров боссы никогда не пренебрегают мнением своих подчиненных, считая их знатоками дел в своей области, и каждый из участников переговоров имеет право высказать свое мнение.

Переговоры с датчанами, как правило, не начинаются с обсуждения деловых вопросов, т. к., по их мнению, такое начало позволяет создать благоприятную атмосферу для дальнейшей работы. Ощущение комфорта и непринужденности – часть создания рабочей атмосферы. Это всеобщее дружелюбие иной раз можно неправильно понять. Датчане любят соединять дела и удовольствия, поэтому они могут начать обсуждение повестки дня совещания с предложения всем выпить пива. Порой, чтобы «сломать лед», они принимают рассказывать анекдоты, и при случае вам следует ответить тем же. Но помните о специфике датского юмора, примером которого может быть анекдот:

– Тебя раньше наказывали?

– Нет, только потом.

В то же время, стараясь поддерживать непринужденную атмосферу, не переходите допустимой черты, отделяющей хорошее настроение от развязности.

В отличие от большинства европейских стран, где деловой обед может занимать в среднем до полутора часов, у датчан приняты быстрые «перекусы». Зато ужин (долгий и медленный) может длиться в течение нескольких часов.

Подбирая одежду для работы, датчане в первую очередь думают о собственном комфорте, в целом одеваются по европейским стандартам и всегда аккуратно, но надевать официальный костюм на работу бывает необходимо в редких случаях. Например, если есть сведения, что сегодня к вам заглянет представитель зарубежного предприятия-партнера.

Деловые подарки не распространены, но можно подарить небольшой подарок своим датским коллегам после успешного заключения соглашения, к примеру шоколад.

Очень важно регулярно поддерживать связь со своими деловыми партнерами по телефону или электронной почте.

Финляндия

Финляндия не скандинавская страна. Если в разговоре кто-то назовет финнов скандинавами, они не обидятся, но могут вежливо поправить.

Особая «финскость» нации зародилась в крестьянском трудолюбии, впитав со временем веяния и Запада, и России.

Финны очень патриотичны. Они дорожат традициями, искренне любят свою страну и гордятся ею. Главные национальные черты финского характера можно охарактеризовать словом *sisu* («упорство», «храбрость», «мужество», «воля»). Кроме этого финнов отличает выносливость, трудолюбие, честность, надежность, верность данному слову, вдумчивость, практичность, точность, пунктуальность, аккуратность, любовь к чистоте и порядку. Ставшая предметом шуток финская медлительность, объясняется желанием просчитать и спланировать любые слова или действия, чтобы сделать все максимально качественно и хорошо. Прагматизм, чувство собственного достоинства, здравый смысл, опора только на собственные силы – общепринятые финские ценности. Равенству полов в стране Суоми придают важное значение. Считается, что если женщина не хочет поменять перегоревшую лампочку, то пусть и сидит без света, а если мужчина не хочет научиться жарить рыбу – пусть сидит голодным.

Финны трепетно относятся к окружающей среде. Любопытно, что слово *luonto* («природа») имеет в финском языке общий корень со словом *luonne* («характер» человека). Даже ребенку не придет в голову сломать ветку дерева или оставить где-то мусор.

Склонные к меланхолии финны оживают летом в солнеч-

ных лучах, с восторгом приветствуя музыкальные фестивали, танцевальные вечера, арт-выставки и кинопремьеры.

Финны сдержанны в своих эмоциях, а их проявление со стороны других считается дурным тоном. Жестикуляция также очень сдержанная. Улыбаются финны не часто – только по важному поводу или в ситуациях полного довольства жизнью, например в сауне. Их тяготит излишнее внимание, и если вам покажется, что ваш знакомый скучает, – не торопитесь составить ему компанию. Побывать одному, подумать о чем-то для финна комфортно и приятно. Финны любят детей и никогда не отделяют их от взрослой компании, за исключением, разумеется, формального общения. Они рано ложатся спать, поэтому не следует задерживаться у них в гостях или задерживать их в ситуациях неформального общения.

Во время приветствия финны обожают обмениваться рукопожатиями со всеми, включая детей. Рукопожатие крепкое, при этом принято смотреть в глаза. При знакомстве финны называют свои имя и фамилию, покажимают руку.

Финны обожают мороженое – они чемпионы Европы по поеданию мороженого: на каждого жителя страны приходится 13 литров. Любимые напитки – пиво и кофе (10 кг кофе на человека в год!). Любимые занятия – рыбалка, посещение сауны и танцы – финны любят и умеют танцевать.

Темой разговора может стать спорт, т. к. финны очень спортивная нация, рыбалка (финские озера, а их 187 888 – мечта рыбака), архитектура и литература.

Национальный стиль ведения переговоров

Финны имеют репутацию рассудительных, упорных в достижении своих целей, замкнутых, сдержанных и не очень коммуникабельных людей. Финны любят работать и делают это качественно и с удовольствием. Финских бизнесменов отличает высокий профессионализм. Того же они ожидают и от партнеров.

Финский стиль ведения коммерческих переговоров отличается надежностью, четкостью, корректностью и честностью в отношениях с партнерами, а по пунктуальности и педантичности финских бизнесменов можно сравнить с немцами.

В целом переговоры с финнами будут проходить в неприужденной и дружеской обстановке. Финны предпочитают вести дела обстоятельно и неторопливо. Разговаривая с финскими партнерами, нужно уметь «держаться паузу» и не бояться молчать – паузы в 2–3 минуты вполне обычное дело. Не прерывайте тишину. При этом, отвечая на вопросы финских собеседников во время деловой беседы или переговоров, важно не увлекаться преамбулой ответа, а четко формулировать его в первых же словах.

Для них важно личное пространство, поэтому, разговаривая с финнами, следует помнить о необходимости соблюдения дистанции, находясь на расстоянии не менее 80 см

от собеседника. За исключением рукопожатий, любой телесный контакт, к примеру похлопывание собеседника по плечу, считается бестактным.

Во время обсуждения острых вопросов финны стараются избегать конфликтных ситуаций. Они редко открыто выражают свое несогласие с точкой зрения или предложениями партнеров. Признаками такого несогласия являются фразы: «Может быть», «Это будет трудно сделать», «Мы попробуем» и т. п.

Важное внимание во время деловых контактов уделяется процессу обмена визитными карточками – любое деловое знакомство начинается именно с этого. Особое значение имеет правильность их оформления, дизайн и качество используемой бумаги.

Несмотря на свою спортивность, в деловой обстановке финны предпочитают классический стиль одежды, но в отношении женщин правила не так строги. Финские деловые женщины равнодушны к брючным костюмам, возможно, это следствие их эмансипированности. В любом случае, основное требование, касающееся одежды, – не одеваться вычурно. Выделяться каким-либо образом, в т. ч. с помощью одежды, считается дурным тоном. По мнению финнов, хорошо одетый человек – это человек, не выделяющийся из толпы. Впрочем, в центре столицы, на Эспланаде, вы можете увидеть довольно ярких сотрудниц ближайших офисов, которых называют «выпендривающиеся», но процент их

невелик и подобная форма самовыражения осуждается общественным мнением.

Поздравляя своих финских коллег с праздником, принято послать красивую открытку. Обратите внимание на выбор открытки, т. к. финны придают огромное значение дизайну в широком смысле слова (в 2012 году Хельсинки являлся официальной столицей мирового дизайна).

Поздравления с Рождеством обязательны. Если вы хотите преподнести какой-нибудь подарок, то имейте в виду, что он не должен быть дорогим, чтобы не поставить вашего партнера в неловкое положение. Большой популярностью в Финляндии пользуется русская водка.

В большинстве случаев вы вряд ли будете приглашены в ресторан после окончания деловых переговоров, но если такое приглашение последует, считайте, что вам оказали большую честь. Если же вас пригласят на ужин в дом – это высшая степень расположенности к партнерам. Если вы получите такое приглашение, заранее отправьте в подарок цветы (в нечетном количестве, исключая белые и желтые, т. к. это символ траура, и не вздумайте подарить горшечное растение), принесите шоколадные конфеты или что-то из крепкого алкоголя.

Сауна – стержень финской жизни (на трех жителей страны приходится в среднем одна сауна). Поскольку Финляндия славится своими банями, приготовьтесь провести один из вечеров в сауне. Именно здесь часто решаются многие деловые

вопросы, поэтому не отказывайтесь от подобных приглашений и не забывайте организовать похожее мероприятие.

США

У иностранца легко может заболеть голова уже только от одного громогласного дружелюбия, особенно в центральных и южных штатах. Американское дружелюбие – своего рода физиологическая потребность. Они любят любить ближнего и любят, чтобы любили их. Однако наблюдательный человек быстро поймет, что эта любовь совершенно ни к чему не обязывает. Американцы страшно боятся, что их к чему-то обязуют. Это нация, для которой самой устойчивой формой человеческих взаимоотношений является поверхностное знакомство.

Американцам очень важно быть первыми. В какую именно вы играете игру (в широком смысле этого слова), не имеет никакого значения. Неважно даже, выиграли вы или проиграли. Важно, выглядите ли вы выигравшим или проигравшим, вернее, выглядите ли вы выигравшим. Быть победителем – основа американской психологии. Победа важна американцу, потому, что у победителя все замечательно, а у американца все должно быть замечательно.

Американцы тратят миллионы долларов на модные журналы, лекарства, витамины и всяческие разновидности психотерапии, чтобы чувствовать себя замечательно. Визу-

альным доказательством этого служат постоянные улыбки, окружающие вас со всех сторон. У представителей более сдержанных наций от этой беспредельной жизнерадостности довольно скоро начинает сводить скулы, но будьте готовы к тому, что везде во время общения вас будет окружать «голливудская» улыбка и от вас потребуются ответная улыбка в адрес всех тех, с кем вы будете контактировать. Не удивляйтесь тому, что вечером у вас могут болеть щеки.

Список поступков, которые, с американской точки зрения, совершенно недопустимы, относительно невелик. К ним относятся: старение (лозунг и для мужчин, и для женщин – «Выгляди здоровым и ухоженным»), увеличение веса (все американцы мечтают быть стройными) и смерть (американцы пытаются делать вид, что смерти вообще не существует, и уж, во всяком случае, ничего такого не случится с ними лично). Болезнь – почти так же ужасна, как и смерть (только стоит намного дороже). Если американец спрашивает, как вы себя чувствуете, он заранее знает ответ: «Замечательно! А вы?»

Американцы искренне убеждены, что человек, не способный наладить нормальную семейную жизнь, вряд ли сможет поддерживать нормальные деловые отношения, поэтому данный показатель очень важен. В то же время в Америке высоко ценится такое понятие, как *privacy* (частная жизнь, закрытая от посторонних). Помня об этом, не торопитесь с вопросами о ней при общении с деловыми партнерами.

Что в Соединенных Штатах действительно хорошо умеют делать – так это развлекать себя и других. Правда, времени для развлечений у американцев в обрез. Обычный отпуск – всего две недели, поэтому американцы любят «короткие поездки». «Длинный уик-энд» (на три-четыре дня) – самое милое дело.

Универсальным средством общения является спорт. В любом городе есть свои профессиональные спортивные команды, маленькие же города довольствуются школьной или университетской сборной, или командой высшей лиги, но играют все. Любимая игра нации – бейсбол, популярны американский футбол, баскетбол. Огромна популярность гольфа. Все чаще во время гольфа обсуждаются деловые вопросы и заключаются сделки.

Знаменитый афоризм, сформулированный Бенджамином Франклином в 1748 году «Время – деньги» актуален для американцев и сегодня. При этом существует поговорка, что «В Америке не только время – деньги. В ней все – деньги». Деньги – самый надежный способ определить, кто какое место занял в состязании, называемом «жизнь». Американцы любят думать обо всем, задавая себе вопрос: «Что принесет мне прибыль?»

Машина, так же как дом и сад, – обязательная составляющая «американской мечты». Если американцу надо попасть в какое-нибудь место, до которого несколько минут ходьбы, он не пойдет пешком, лучше он туда доедет. Даже если при

этом ему придется постоять в приличной пробке и долго искать место для парковки. Но ходьба – это не по-американски.

Американцы ценят юмор и хорошо реагируют на шутки. Но шутки им больше нравятся незатейливые, смачные. Они предпочитают оглушительный хохот и крепкое словцо ироничной улыбке и тонким намекам, которых все равно не понимают.

Несмотря на то, что элементарная вежливость не чужда американцам (слова «спасибо», «пожалуйста» и т. п. можно услышать достаточно часто), их застольные манеры оставляют желать лучшего. В последние годы родителей из среднего класса стало наконец тревожить, что их отпрыски не только не знают, какой именно вилкой пользоваться на званом обеде, но и вообще предпочитают обходиться без вилки. Объяснением этого может быть тот факт, что большинство подростков обедают с приятелями в закусочных, а не за семейным столом.

Многие оттенки американского поведения носят региональный характер. Жителей Нью-Йорка считают грубиянами и пронырами, а душевные люди со Среднего Запада такие тугодумы, что даже на покупку мыла тратят по полчаса.

Американцы умудряются сочетать поедание огромных порций жареного картофеля и сэндвичей, политых жирным соусом, с заботой о здоровом образе жизни. Они просто помешаны на правильном питании, чему способствуют бесконечные научные исследования по этому вопросу. Запрет-

ные продукты, особенно шоколад, вызывают в американцах дрожь тайного восторга. Отправляя в рот каждый кусок шоколадного торта или сливочного крема, американцы, помимо чувства вины, испытывают восхитительное чувство, что губят свою душу.

Большинство американцев не любят курильщиков, а поскольку излишней скромностью этот народ не отличается, курильщикам на каждом шагу будут объяснять, насколько их не любят.

Говоря о внешности и уходе за собой, можно прямо сказать, что американцы страшно озабочены состоянием своих зубов и волос. Когда во время социологического опроса американцев спросили, что они прежде всего замечают в потенциальном спутнике жизни, мужчины и женщины ответили в один голос: волосы. Может быть, это кого-то и удивит, но и во время деловых встреч в первую очередь американские бизнесмены смотрят на вашу стрижку, ухоженность и чистоту волос. Это формирует как первое впечатление, так и, возможно, последующее отношение к партнерам по переговорам. Уход за зубами и полостью рта также очень важен.

Распространенный стереотип, что в Америке на работе все, за редким исключением президента компании, называют друг друга по имени, неверен. По имени обращаются только коллеги, связанные приятельскими отношениями. В частной жизни демократичные американцы действительно очень быстро начинают общаться по имени, но все же в дело-

вых взаимоотношениях лучше подождать, пока партнер сам предложит такую форму общения.

Американцы откровенны. На службе принято обсуждать свои домашние дела и делиться свежей информацией о покупках, детских болезнях и благотворном действии семейной психотерапии.

Большинство американцев одеваются на работу куда менее строго, чем все остальные. В то же время есть компании, обязывающие своих сотрудников следовать принятому дресс-коду. В любом случае вы не ошибетесь, выбрав классический костюм для первой встречи с партнерами.

Рабочий стиль на Восточном и на Западном побережье кардинальным образом отличается. На Восточном побережье принято делать вид, что трудишься, как вол. В Нью-Йорке и Вашингтоне считается хорошим тоном задерживаться на службе допоздна и выходить на работу в выходные. В Лос-Анджелесе же, напротив, полагается выглядеть так, будто вы вообще не работаете: президенты корпораций могут обсуждать многомиллионные сделки, сидя возле бассейна.

В Америке принято выражать свои мысли со всей возможной прямоотой. Американцы почти всегда говорят то, что думают. Языковые изыски, скрытый смысл, ирония, которые так любят другие народы, сбивают американцев с толку: они привыкли воспринимать каждую фразу дословно и пропускать мимо ушей то, чего не понимают. Сложные метафоры и аллегории их только огорчают.

Говорить о политике приемлемо (исключая острые внешнеполитические вопросы), но учитывайте, что по статистике только около 35 % населения интересуется политикой.

При приветствии или знакомстве обычно обмениваются энергичными рукопожатиями. Это принято и среди деловых женщин. Целоваться при встрече не принято, а жизнерадостное похлопывание хорошо знакомых людей по спине можно наблюдать довольно часто.

Если вас пригласят домой, принесите хозяевам шоколад или алкоголь (это может быть русская водка).

Национальный стиль ведения переговоров

Для американского стиля делового взаимодействия характерен утилитаризм (от лат. *utilitas* – польза, выгода) – все должно давать доходы, тщательность в проработке организации любого дела, соблюдение условий договора, разделение функций и проверка исполнения, внимание к мелочам, краткость, ясность, конструктивизм.

Американский стиль ведения переговоров отличает высокий профессионализм. При деловых контактах они не сообщают вам информацию обо всех деталях, но ожидают от вас понимания порядка работы и ведения бизнеса по-американски. Если вы не имеете информации, которую вам излагают, то принимайте ее как уже известную вам.

Американцы быстро реагируют на все и требуют от парт-

неров такой же быстрой реакции. Не принимают никакой критики в свой адрес. На переговорах американцы очень внимательны к проблеме, подлежащей решению, при этом стремятся обсудить не только общие подходы к решению, но и детали, связанные с реализацией договоренностей.

Американцы часто предлагают к рассмотрению «пакеты», они также любят пользоваться приемами «пробного шара». Для них характерен очень высокий темп ведения дел, они предпочитают не откладывать на завтра то, что можно сделать сегодня, в буквальном смысле «время – деньги». На переговорах с ними часто можно услышать: «Чего же мы ждем?», «Поторопитесь с решением», «Ускорьте ответ на наше предложение» и т. п. Именно поэтому американцы порой оцениваются партнерами как слишком напористые, прямолинейные и вечно спешащие.

Если американцы назначили вам встречу, к примеру, через месяц, не ждите, контрольного звонка накануне – встреча состоится. Нарушение с вашей стороны этой договоренности – грубейшее нарушение делового этикета.

Их обычной манерой является проявление дружелюбия, за которым ничего особенного не стоит, – результаты переговоров будут зависеть исключительно от того, насколько выгодно или невыгодно для них обсуждаемое предложение.

Они практически всегда проявляют эгоцентризм, т. к. считают, что при ведении переговоров их партнер ознакомился с особенностями американского подхода к ведению

переговоров и должен руководствоваться теми же правилами, что и они. Эгоцентризм проявляется также и в том, что переговоры с американцами всегда должны проводиться на английском языке. Они страшно не любят, если деловые партнеры в какой-то момент в разговоре между собой переходят на иностранный язык, и воспринимают такое поведение как личное оскорбление.

Они не привыкли жаловаться сами и равнодушно воспринимают жалобы своих партнеров на реалии жизни, полагая, что «это ваши проблемы и вам их решать». Они всегда ориентированы на успех и исходят из того, что успех всегда влечет за собой новый успех. Поэтому наиболее предпочтительный стиль обсуждения вопросов повестки дня на переговорах с американцами – оптимистический.

Американцам обычно присуща сильная позиция, что и позволяет им вести себя весьма напористо. Они довольно настойчиво стремятся реализовать свои цели на переговорах. Из всех классических методов ведения переговоров американцам больше всего нравится торг.

Перед деловыми переговорами с американцами определите заранее желаемый результат. Спланируйте разговор так, чтобы он коснулся ваших главных задач и преимуществ, постарайтесь грамотно организовать встречу. Всякие непредвиденные обстоятельства американцы воспринимают крайне негативно. Квалифицируют их либо как результат некомпетентности партнера, либо как нечестную игру. И то и дру-

гое действует на них отталкивающе.

На переговорах с американцами необходимо четко дать понять, что представляет собой их партнер, чем он занимается, в чем состоят его преимущества по сравнению с аналогичными компаниями и почему американцам должно быть выгодно вести переговоры именно с этим партнером, а не с каким-то другим. Если этого не сделать, они просто не будут терять время на выяснение этих преимуществ, полагая, что их просто не существует, а быстро обратятся к другой компании, которая знает про себя все.

Важно учитывать, что в США очень большое значение придается рекомендациям. При проведении переговоров очень важно и полезно называть компании и имена людей, с которыми уже приходилось иметь дело.

Характерной особенностью ведения переговоров в США является большой объем текстов заключаемых соглашений, особенно коммерческих. И это типичная ситуация. Также для американцев типична продолжительность переговоров – от получаса до часа и нередко «один на один», поэтому перерывы в деловых переговорах не приняты, за исключением длительных переговоров.

Американцы трепетно относятся к оформлению документов, качеству бумаги и красоте папок. Считается, что такая страсть к привлекательной «упаковке» для бизнесмена явный недостаток, поскольку за красивым оформлением можно пропустить неудовлетворительное содержание, и наобо-

рот. Но ведь и на слабостях надо уметь играть. Поэтому не упускайте из вида этот штрих при подготовке встречи с американскими партнерами. Все материалы должны быть представлены на хорошей бумаге, распечатаны на цветном принтере и т. д. (тексты, напечатанные в черно-белом варианте, могут быть даже не рассмотрены).

Входя в рабочий кабинет вашего американского партнера, вы можете быть удивлены обилию развешанных по стенам различных сертификатов, принадлежащих либо владельцу кабинета, либо возглавляемой им компании, а также фотографий, на которых запечатлены известные политические и общественные деятели, посещавшие некогда эту фирму. Если у вас деловые отношения именно с американскими партнерами, то подобное «оформление» вашего офиса может оказаться полезным.

Во время деловых переговоров американцы могут положить ногу на ногу так, что ботинок, надетый на одну ногу, оказывается на колене другой. Эта поза считается в американской культуре допустимой (и даже широко распространена), но нередко вызывает раздражение у представителей других стран. Для американцев важен визуальный контакт. Это воспринимается как проявление интереса, искренности и правдивости. Не забывайте, что при общении американцы предпочитают иметь достаточное персональное пространство, которое они называют «space». Оно должно быть не менее длины вытянутой руки. Если вы подойдете ближе,

американцу сразу станет в вашем обществе некомфортно, а это может негативно сказаться на вашем совместном бизнесе.

Подарки между деловыми партнерами не приняты, более того, они часто вызывают настороженность. Американцы опасаются, что подарок может быть воспринят как взятка. Сами же американцы, чтобы сделать приятное деловому партнеру, могут пригласить его в ресторан, устроить отдых за городом или даже на курорте – расходы в таких случаях несет компания. В качестве нейтрального подарка уместна будет фотография с изображением момента совместной работы, оформленная в эффектную рамку.

Деловые обеды в США очень популярны и всегда оплачиваются приглашающей стороной. Деловой прием также обычное мероприятие. Это благоприятный повод поговорить о семье, хобби. Разговоров о политике и религии лучше избегать. В основном пьют пиво и коктейли. Тосты не приняты. Поднимая бокал со спиртным, говорят «Чиирс!» (аналогичное русскому «Будем здоровы!»). Помните, что деловые приемы в США гораздо короче, чем, например, в Европе. После окончания приема участники могут вернуться в офис и продолжить работу.

Страны Ближнего Востока и Северной Африки

Этот регион (западная часть Азии и север Африки), отличающийся необыкновенным разнообразием, включает такие страны, как Египет, Турция, Ливан, Израиль, Иордания, Катар, Саудовская Аравия, Кувейт, Сирия, Бахрейн, Объединенные Арабские Эмираты (ОАЭ), Алжир, Тунис и др.

Подобное разнообразие не позволяет дать конкретные рекомендации относительно общения с деловыми партнерами в данном регионе, однако некоторые общие направления выявить возможно. Следует отметить, что приведенная ниже информация в той или иной степени относится ко всем странам этого региона, за исключением Израиля. Для арабов характерны чувство собственного достоинства и национальной гордости. Они весьма чувствительны к вопросам, связанным с национальной независимостью. Все, что каким-либо образом будет рассматриваться как вмешательство в их внутренние дела, будет отвергнуто.

Посещая мусульманские страны, помните, что пять раз в сутки верующие прерывают все дела для совершения молитвы (намаза). И хотя вам не нужно преклонять колени или обращать лицо в сторону Мекки, вы должны уважать право вашего партнера все это проделать. Если во время длительных переговоров, принимая арабских партнеров на сво-

ей территории, вы позаботитесь о помещении для совершения молитвы, вам будут очень благодарны.

В мусульманском мире иностранец не может обращаться с вопросами или просьбами к женщине. Все контакты ведутся с мужчинами.

При встрече в арабских странах мужчины обнимаются, слегка прикасаются друг к другу щекой, похлопывают по спине и плечам, но такие знаки внимания возможны только между своими и не распространяются на иностранцев. Если европейское приветствие короткое, то арабское превращается в целую процедуру, сопровождается вопросами о здоровье и делах и может длиться до 5 минут, поэтому любой намек на скорейший переход к переговорам может сформировать о вас негативное мнение. В своем доме хозяин может приветствовать вас поцелуем в обе щеки, и ваш долг ответить ему тем же. Даже если вы спешите, то необходимо выслушать арабского собеседника и его многочисленные пожелания благополучия. Если вы поздороваетесь с мусульманскими партнерами, используя традиционное приветствие «Ас-салям ‘алейкум!» («Мир вам!»), тем самым вы покажете уважение к национальным традициям и, безусловно, расположите к себе собеседников. Обратите внимание, что арабы, в отличие, к примеру, от европейцев, желают мира (приветствуют друг друга) практически при каждой встрече, и если в течение дня они несколько раз встретились друг с другом, то и приветствий будет столько же.

При общении с арабами обязательно обращайтесь внимание на их мимику и жесты, особенно в момент рукопожатия. Это точный индикатор отношения к вам арабского партнера. Научитесь расшифровывать подаваемые вам знаки и помните, что игнорирование дружеского посыла для арабов будет означать, что вы не разделяете эти чувства, и серьезно навредит отношениям, вплоть до их разрыва.

Расстояние между беседующими арабами обычно короче, чем у европейцев. Во время беседы они почти касаются друг друга, что свидетельствует о взаимном доверии. Некоторые европейцы чувствуют себя неловко, когда мужчины-арабы становятся слишком близко к ним. Следует научиться воспринимать это явное вторжение в персональное пространство как один из аспектов культуры и ничего больше.

Речь арабского собеседника сопровождается частыми обращениями к Аллаху, упованием на его помощь в завершении предстоящих дел. В арабской среде это обычная формула вежливости. В традициях арабской беседы время от времени вставлять вопросы «Как здоровье?», «Как дела?», но это не означает, что вы должны подробно рассказывать о своем самочувствии или делах. Еще большей ошибкой будет ваш вопрос о здоровье супруги и других членах семьи вашего знакомого.

Если между вами дружеские отношения, уместно узнать лишь о его здоровье. В разговорах не стоит затрагивать религиозные темы. Не рекомендуются шутки и веселые заме-

чания до тех пор, пока вы не познакомитесь со своим собеседником поближе. В то же время помните, что наиболее распространенная форма развлечения в арабском обществе – разговор. Арабам очень нравится вести продолжительную дискуссию или долгий разговор, исходной темой которого могут быть последние новости, политика, история. Здесь будет уместен и анекдот, т. к. арабы всегда ярко реагируют на каждое меткое слово, остроумное замечание и добрую шутку. Также во время разговора обращайте внимание на корректные формулировки, касающиеся устойчивых словосочетаний, к примеру, в Европе повсеместно используются понятия «страны Персидского залива» или «танец живота», но в арабских странах принято говорить «страны Арабского залива» и «восточный танец».

Один мой знакомый во время деловой поездки в ОАЭ был свидетелем ошибки, которую допустил руководитель российской делегации, – во время «разминочной» беседы, принятой в арабском мире перед обсуждением деловых вопросов, он спросил у руководителя принимающей стороны: «Как чувствует себя Ваша супруга?» и столь неуместным вопросом фактически сорвал переговорный процесс, т.к. в арабских странах недопустимо задавать вопросы о чужой жене, а в данном случае, вероятно, еще и не одной.

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Торговая сделка у арабов – всегда маленький спектакль. Приглашая совершить сделку, арабский купец становится очень любезным. Первая названная цена всегда многократно завышена. Назвав завышенную цену, хозяин товара начинает его всячески расхваливать. Покупатель стремится сбить цену. Это продолжается до тех пор, пока обе стороны не удадут по рукам.

Процесс покупки часто сопровождается угощением прохладительными напитками, чаем, кофе. Если вам подали небольшую чашечку кофе, то, выпив, вы отдаете ее хозяину, и он тут же наливает в нее еще кофе. Так продолжается несколько раз. Но если вы больше не хотите кофе, покачайте чашечкой из стороны в сторону или переверните ее вверх дном. Если вам предложат кофе вместе со стаканом воды, принято сначала выпить воду, а затем кофе или воду одновременно с кофе, но не после кофе, т. к. это означает, что вам подали плохой кофе и неуважение к хозяевам.

На арабском Востоке иностранкам настоятельно рекомендуется придерживаться определенных требований к одежде: рукав не менее чем до локтя и юбка не менее чем до середины икры.

Всегда помните о важной детали – совершайте все действия и жесты только правой рукой. При этом желательно свести свою жестикуляцию к минимуму.

Находясь в ресторане в компании с арабами, не заказывайте спиртное и не спрашивайте о блюдах из свинины – это

оскорбительно.

В редких случаях гостей могут пригласить домой, но только в гостевую комнату. После угощения следует поблагодарить хозяина, сказав, что все было очень вкусно, но ни в коем случае не передавать свою благодарность хозяйке.

Национальный стиль ведения переговоров

Поскольку арабский мир далеко не однороден, существуют значительные различия в стилях делового общения у представителей различных арабских государств. В частности, в зависимости от того, насколько сильны традиции ислама. Тем не менее возможно выделить и общие черты.

Арабы являются одними из самых сложных партнеров по части переговоров и одними из самых радушных хозяев. Вы должны быть готовы вести длительные переговоры по самому пустяковому поводу. Они будут торговаться по всем вопросам «до последнего», но, выйдя из переговорной комнаты, снова превратятся в самых гостеприимных хозяев на свете.

Для арабов одним из важнейших элементов на переговорах является установление доверия между партнерами. Непременным началом любых переговоров является small talk, в течение которого принято говорить «ни о чем». Никогда нельзя начинать встречу с обсуждения конкретных вопросов. Важно познакомиться, узнать, чем живут люди на

«ментальном уровне». Нужно начать разговор о чем-то личном в широком смысле слова, в т. ч. о здоровье, о доме, о Сахаре (арабы очень уважительно говорят о пустыне), о природе и т. п. Запомните, что арабы любят спокойную речь – любое повышение голоса является признаком плохого тона, поэтому на переговорах нужно быть очень сдержанным.

Арабы тают от умелой лести и обожают, когда их хвалят. Фразы «Это хорошая мысль» или «Вы это здорово придумали» будут очень уместны. При случае вы можете процитировать Коран, сказав: «Мы обсуждаем ..., а Аллах в суре №... говорил, что...», тем самым полностью расположив к себе арабских партнеров. И если с арабами будет налажен контакт, они даже готовы пойти на невыгодную сделку ради сохранения отношений.

Если типичный американец старается предугадать развитие событий при решении любой проблемы, то арабы скорее привыкли ориентироваться на прошлое, обращаясь к своим корням и традициям. Большое значение они придают предварительной проработке деталей обсуждаемых на переговорах вопросов. Важным оказывается и уровень, на котором ведутся переговоры. Если представится возможность, в кулуарных разговорах желательно сказать, что глава делегации с вашей стороны «важная птица» (например, имеет доступ в Кремль или вес в регионе), т. к. для арабов статус и положение человека в обществе является очень важным показателем.

Для них характерны уважение и корректное отношение к партнерам по переговорам. Перед тем как сообщить свою точку зрения по тому или иному вопросу, они предпочитают демонстративно посоветоваться и выразить уже коллективное мнение. Проявление нетерпения во время беседы может быть воспринято как оскорбление. Не принято также составлять далеко идущие планы.

Арабы предпочитают торг за столом переговоров всем иным формам взаимодействия с деловыми партнерами.

Проблемные вопросы можно решить как просто душевным разговором, так и другими способами (ценный подарок или важная услуга, к примеру протекция кого-то из родственников, и т. п.). В любом случае для нормального ведения дел на территории арабских стран эксперты рекомендуют иметь в штате компании араба, который разбирается во всех ключевых вопросах вашей деятельности и при необходимости сможет решить различные вопросы в течение нескольких часов, на что у вас ушло бы не менее нескольких месяцев.

При первом знакомстве ваш арабский собеседник выражает вам свое радушие и любезность. Это не притворство, а дань традиции: среди арабов господствует мнение, что только такое поведение достойно мусульманина. Последующая беседа может проходить менее гладко.

Арабские собеседники всячески избегают определенности, четких ответов «да» или «нет». Вместо этого произно-

сят «Иншаллах» («если Бог пожелает»). Это выражение восходит к Корану, где в суре Аль-Кахф («Пещера») 23, 24 написано: «И никогда не говори: «Я сделаю это завтра», (а говори:) «Если только этого не пожелает Аллах!».

Во время беседы арабы избегают также суеты и поспешности, стремятся всегда «сохранить лицо» – и свое, и собеседника. Считается необходимым оставить возможность для последующих контактов. Отказ от сделки сопровождается оговорками, похвалами в пользу обсуждаемого предложения. Арабские предприниматели всегда выражают отказ в максимально смягченном, завуалированном виде.

Характерной особенностью завершения переговоров на арабском Востоке является то, что устная договоренность и рукопожатие – это достаточные условия для того, чтобы заключенный на переговорах договор вступил в силу. Такова многовековая традиция. Другой особенностью ведения и завершения переговоров является то, что практически любое изменение обстоятельств или поступление новой информации считается поводом для пересмотра договора (что совершенно немыслимо для западных бизнесменов).

Пунктуальность обязательна для гостей, но не характерна для хозяев, поэтому не надо нервничать, если ваш партнер опаздывает. В арабском мире к опозданиям относятся очень спокойно, и задержка на 15–20 минут даже не считается опозданием. Время здесь ценится меньше, чем в других регионах, а условленное время встречи соблюдается не

так строго. «Два часа дня во вторник» может означать любое время во вторник после обеда. Не обижайтесь на недостаток пунктуальности: это ни в коем случае не оскорбление и не отсутствие интереса к вашим идеям. Просто это часть культуры, отражающая земледельческое прошлое – тысячи лет люди руководствовались лишь сменой времен года, поэтому арабы никуда не торопятся.

При планировании деловых встреч с арабскими партнерами помните, что почти во всех странах Ближнего Востока принята пятидневная рабочая неделя, но выходные могут быть либо в четверг и пятницу в одних странах, либо в пятницу и субботу в других, но непременно занимать пятницу – день служения Богу. Не следует планировать деловые встречи и во время мусульманского поста в месяц Рамадан (в этот период рабочий день сокращается и работают только в первой половине дня). Однако, если арабы крайне нуждаются в деловых контактах с иностранными партнерами, переговоры могут проходить и в течение Рамадана, причем иногда даже в ночное время.

Если в переговорах участвует женщина-иностранка, она не должна протягивать руку мужчине-мусульманину для рукопожатия, чтобы не ставить его в неловкое положение (мужчина не может касаться чужой женщины), ей следует ограничиться устным приветствием.

На переговорах очень важен внешний вид, особенно одежда. Даже в сильную жару на переговоры с арабами на-

девайте не только костюм, но и обязательно галстук. Арабы это оценят. Со своей стороны арабы-мужчины будут либо в национальной одежде (всегда очень высокого качества), либо в костюме, а женщины – в национальной одежде. Иногда внешность араба может ввести иностранца в заблуждение, например, если человек скромно одет, не ездит на шикарной машине, это не означает, что он не имеет финансовых средств. Вполне возможно, что этот человек очень религиозен, поэтому для него важен его внутренний мир, а не внешние проявления, хотя он может иметь вполне успешный бизнес.

Жители этого региона – поэтичные натуры, обожающие красивые выражения и живую речь. Постарайтесь во время делового общения сделать свою речь яркой и выразительной.

Арабы суеверны. К примеру, европейцам даже в голову не придет отслеживать какой ногой они перешагнули порог офиса, а для арабов это четкий знак – если гость перешагнул порог правой ногой, сделка принесет удачу, а если левой – неприятности.

Арабы любят подарки. Но помните, что свинина и алкогольные напитки запрещены исламом, поэтому подарком не могут быть бутылки вина или другого крепкого алкоголя, а также изделия из свиной кожи. Избегайте дарить произведения изобразительного искусства: можно ошибиться в выборе сюжета, не зная, что позволяет изображать ислам. В мусульманских странах не дарите предметы с изображения-

ми животных или людей, т. к. ислам осуждает реалистическое изображение живых существ. Хорошим подарком может быть посуда из фарфора, серебра, ювелирные мелочицы. Прекрасный подарок арабам – мед в красивой упаковке. А одним из самых удачных подарков, в частности, при посещении арабскими партнерами (особенно из консервативных мусульманских стран) России, является компактный компас в красивой оправе, т. к. в отеле арабы почти всегда спрашивают направление на Мекку (в арабских гостиницах, как правило, это направление указано в каждом номере аккуратной стрелкой, к примеру, прямо на столе). Арабам можно дарить часы – в странах Ближнего Востока это не является плохой приметой.

Очень осторожно следует выражать свое восхищение любыми предметами, находящимися в собственности арабов, т. к. по традиции понравившийся предмет могут преподнести в подарок и будут ждать от вас равноценного ответного жеста.

Япония

У японцев богатейшая история, которую они чтят, однако они не связаны по рукам и ногам традицией, ибо сама их история – олицетворение изменчивости и мудрости знания, что все преходяще. Живым воплощением этого являются цветы сакуры. Каждую весну после изысканного цветения

нежные, бело-розовые, всегда недолговечные цветы опадают на землю. Их моментально сметают – и никаких следов. Красота остается лишь в памяти очевидца.

Японцы крайне церемонны. Протоколу они придают колоссальное значение. Японцы аккуратны, трудолюбивы и способны оправдать возложенное на них доверие, каким бы трудным ни оказалось задание. Но идеал – это скрытая мудрость и проницательный ум. «Мудрый ястреб прячет свои когти» – гласит пословица.

Всю сознательную жизнь японцев учат понимать друг друга без слов. Предпочтения редко выражаются на словах, так что каждому в Японии приходится быть немного телепатом. Квинтэссенцией молчаливого взаимопонимания является слово «еросику». Оно означает примерно следующее: «Вы поняли, что я хочу сделать. Я понял, что вы поняли, что я хочу сделать. А потому я полностью полагаюсь на вас и рассчитываю, что вы сами доведете это дело до конца именно так, как я хотел бы это сделать. И я благодарю вас за то, что вы поняли меня и согласились взять на себя труд выполнить мое желание». И все это в четырех слогах!

Поскольку в любой сфере японского общества важнее всего сохранить лицо, то ущерб престижу считается самым большим оскорблением. Его следует избежать любой ценой.

При отсутствии четких границ между личным и общественным в Японии практически не остается шанса для индивидуальности. Каждый японец является членом какой-ли-

бо социальной группы, причем сама группа важнее входящих в нее отдельных членов. Как гласит пословица, «торчащий гвоздь непременно забьют по самую шляпку». Японцы не в состоянии понять западную уверенность в собственных силах, свойственную прежде всего американцам. «Мужчина должен делать то, что должен делать мужчина», – повторяют герои бесчисленных голливудских вестернов. В Японии мужчина должен делать то, что должна делать его социальная группа.

Крайне редко японец скажет вам четкое «да» или четкое «нет». Нормальной реакцией будет скорее «ма» или «мама», что в переводе означает что-то вроде «ну, как бы это сказать...», «пожалуй, что да...» или «более или менее».

У японцев существует автоматическая вежливость. Они вежливы всегда, даже когда они вовсе не подразумевают быть вежливыми. Такова традиция. Язык и культура Японии практически исключают возможность быть невежливым.

Японская культура считается невербальной, и многие вещи просто не произносятся вслух, однако, когда дело касается автоматической вежливости, нужно многое озвучить, прежде чем приступить к действию. Например, когда вы садитесь есть, нельзя взять и сразу приступить к еде. Сначала вы должны вслух объявить о том, что намерены воспользоваться предоставленным вам гостеприимством, сказав: «Итадакимасу». Так поступают не только в гостях, но и в ресторане, куда вы пришли с приятелем. Казалось бы, шеф-

повар явно вас не услышит, и каждый платит за себя сам, но это чистая автоматика. Точно так же вы не можете просто встать и молча выйти из-за стола. Вы должны сказать: «Как все было восхитительно вкусно!» («Гочисосама»), даже если это вовсе не так. Это также вопрос автоматике. Появление на чужой территории, например, в офисе ваших партнеров, тоже сопровождается извинениями за вторжение («одзяма-симасу»), даже если вы пришли туда по просьбе хозяев.

Слово «сумимасен» («простите») – дежурное слово, которое помогает просто вести диалог в мягкой форме, не являясь в прямом смысле извинением, причем чем чаще оно произносится – тем лучше.

Рукопожатие не включается в процесс общения. Важнейшим элементом правил хорошего тона являются поклоны. Умение правильно кланяться – свидетельство хорошего воспитания. Иностранцы, находящиеся в Японии, не обязаны кланяться, но для японцев поклон является показателем соотношения статусов двух лиц, кланяющихся друг другу. Во время обмена поклонами стороны практически не встречаются взглядом. Японцы вообще избегают смотреть прямо в глаза. Учитывайте эту особенность во время деловых контактов с японскими коллегами.

Японцы – большие любители дарить подарки, особенно в середине лета и в конце года. Летний сезон подарков называется «о-тюгэн», а зимний – «о-сэйбо». Рождество (японцы включили его в свои праздничные традиции) и прочие

праздники носят более интимный характер, а вот дарение в середине лета и в конце года – общественная обязанность. Существует масса критериев, которым должны удовлетворять эти дары. Форма подарка (упаковка) гораздо важнее, чем содержание. Если дорогой подарок будет скромно упакован, то воспринимать его будут именно как скромный, а не как дорогой.

Следуя древним традициям, иногда подарок завязывают в платок («фуросики»), а для торжественных случаев – в шелковый платок с подкладкой («фукуса») из ткани очень высокого качества. Часто он стоит намного дороже, чем завернутый в него подарок. Подарок не должен быть слишком личным, а также отражать индивидуальность дарителя. Вещь не должна быть слишком модной или чересчур затейливой, оригинальной. Главное – польза. Желательно, чтобы подарок был «на все случаи жизни». В последнее время японцы чаще всего дарят продукты питания: сладости, зеленый чай, печенье, вино, бренди, а также фрукты и овощи (хотя и не любые) – они должны быть экзотическими и непременно блестящими. В них важен цвет, глянец и форма, а не вкусовые качества. Из российских подарков большой популярностью пользуются мед и икра. Подарок должен быть упакован, но ни в коем случае не используйте оберточную бумагу черного или белого цвета. Работая в коллективе, очень важно привезти всем коллегам из отпуска или командировки угощение для общего стола.

Еще одна тонкость заключается в том, что подарки не открывают в присутствии дарителя. Если во время деловой встречи вы вручите подарок вашему собеседнику с надлежащими формальностями, он, как благовоспитанный человек, отложит сверток в сторону (разумеется, с соответствующими случаю выражениями благодарности). Японцы считают, что, открывая подарок в присутствии дарителя, человек рискует легким жестом или невольной гримасой показать, что это не самый лучший подарок в его жизни. Тогда даритель потеряет лицо, а это – совершенно недопустимо. Нельзя также отказать принять подарок.

Японское общество очень чувствительно к проявлению статуса и поэтому уделяет особое внимание одежде. Это означает одежду от известных фирм, которая служит показателем положения в обществе. Брендам в Японии придают очень большое значение. Требования к мужскому деловому костюму включают в себя строгий костюм и галстук. Любопытно, что японское слово «себиро» («костюм») происходит от английского Savile Row (название улицы в Лондоне, на которой расположены ателье дорогих мужских портных). Среди японских бизнесменов особое внимание обращается на качество галстука. Чаще всего это продукция ведущих мировых производителей.

Манеры японцев за столом отличаются в зависимости от того, в каком ресторане они находятся: японском, европейском или китайском. В любом случае не принято класть в

рот большие куски пищи, двигать посуду или обмениваться тарелками, чтобы попробовать блюдо, которое заказал спутник.

Говорят, что у японцев нет чувства юмора. Действительно, очень редко они рискнут рассказать анекдот. Причем рассказ непременно будет начинаться со слов: «А сейчас я вам расскажу анекдот», чтобы вы не забыли посмеяться в конце. Отвращение к риску удерживает японцев от иронии, фривольностей и бытовых шуток. Сарказм же их просто убивает. Японцы могут смеяться от души, чувствуя себя комфортно только тогда, когда они находятся в расслабленном состоянии и в абсолютно неформальной обстановке среди таких же, как они.

Помните, что в Японии принято улыбаться в любой ситуации, даже если человеку очень плохо. Согласно правилам японского этикета человек не должен мешать окружающим, проявляя свои личные чувства. Также нужно знать, что сморкаться на людях – верх неуважения к окружающим.

В разговорах с японцами рекомендуется избегать тем о Второй мировой войне, стихийных бедствиях и спорных территориях.

Национальный стиль ведения переговоров

В отличие от многих других стран установление деловых контактов с японскими компаниями путем переписки и те-

лефонного общения, как правило, малоэффективно. Для за-
вязывания деловых контактов японцы предпочитают поль-
зоваться услугами посредника. Это должен быть хорошо из-
вестный обеим сторонам человек. По существующим пра-
вилам посредник всегда должен быть вознагражден матери-
ально или встречной услугой. Если вы все же хотите отпра-
вить деловое письмо с предложением о сотрудничестве, при-
ложите к нему ваши официальные годовые отчеты, каталоги
и другие издания с подробной информацией о вашем пред-
приятии и его продукции. Красивый жест – если материа-
лы будут представлены на японском языке, причем перевод
должен быть сделан профессиональным переводчиком, но и
английский язык вполне уместен.

Во время первой встречи с представителями японских
фирм принято обмениваться письменными материалами о
своих компаниях. Такие материалы должны включать следу-
ющую информацию: профиль компании, основные данные о
ней (точное название, адрес, фамилии и должности главных
должностных лиц, ассортимент выпускаемой продукции, ос-
новные вехи развития компании и пр.), биография главы
компании, текстовые и графические материалы, дающие ин-
формацию о предлагаемых вашей компанией технологиях,
продукции, услугах. Кроме того, желательно представить до-
полнительную информацию об отличительных особенностях
вашей продукции по сравнению с продукцией конкурентов.
Обратите внимание, что японцы с детства приучены к кар-

тинкам, в т. ч. к комиксам (в Японии даже Библия в комиксах), – все, что можно визуализировать, должно быть визуализировано, поэтому во время презентаций учитывайте специфику подачи материала – приветствуются графики, схемы, диаграммы, рисунки и т. п.

Однажды я попал в затруднительную ситуацию, связанную с этикетом. Во время общения с представителями японской делегации наш японский партнер протянул мне визитную карточку. По обычаю ее необходимо передавать обеими руками, и, соответственно, принять также двумя руками, чтобы не обидеть дающего карточку. Но у меня, как назло, в одной руке был портфель, а в другой – пальто. Поставить портфель на пол не было возможности и, чтобы не нарушать правила этикета и освободить обе руки, мне пришлось зажать вещи ногами. Несмотря на неловкость этой ситуации, я поступил так, чтобы показать свое уважение к японской традиции.

А. Р. Абгарян, исполнительный директор КП «Корпорация развития Зеленограда»

Знакомство с представителями японского бизнеса начинается с обязательного обмена визитными карточками. Если в ответ на протянутую визитную карточку вы не дадите свою, это может озадачить и даже оскорбить японского бизнесмена. Визитными карточками обмениваются сначала с руководителем, а потом с подчиненными. При представлении вручайте и старайтесь брать визитные карточки обеими

ми руками, держа за уголки. Карточка будет подана так, чтобы было легко прочитать написанное на ней, так же следует давать и свою. В знак уважения внимательно прочитайте текст карточки и постарайтесь прокомментировать прочитанное так, чтобы вашему деловому партнеру это было приятно. Во время деловых переговоров с японцами визитные карточки принято разложить на столе по порядку, а не убирать в визитницу.

Несмотря на то, что среди японцев рукопожатие не принято, при общении с зарубежными коллегами рукопожатие используется. Старайтесь при этом сильно не пожимать руку японцам и не задерживать ее в своей руке.

Обращение по имени к японскому коллеге недопустимо. Если хотите сказать «господин такой-то», назовите фамилию и добавьте к ней бесполой суффикс «сан». Для выражения особого уважения используется суффикс «сама», особенно в письменной речи.

Наиболее почетное место за столом переговоров – самое дальнее от двери. На это место нельзя садиться, пока вам его не предложили. Даже если вам предложено самое почетное место, вполне уместно не сразу согласиться его занять.

Японцы придают важное значение тому, чтобы общение велось между людьми, имеющими равное положение в деловом мире. Поэтому они с первой же встречи выясняют, соответствуют ли уровни представительства участников переговоров. В связи с этим необходимо заранее узнать уровень

представительства японской стороны и постараться обеспечить такой же уровень.

Сами японцы всегда пунктуальны и поэтому болезненно относятся к опозданиям, какими бы причинами они не были вызваны. Всегда старайтесь прибыть на встречу с японскими партнерами точно в назначенное время – это очень важно. Если вы не можете прибыть вовремя, обязательно предупредите об этом японскую сторону, а продолжительность встречи сократите на время своего опоздания, так как у вашего японского партнера могут быть другие дела. Точность на переговорах – будь то во времени их начала или окончания, или в выполнении обещаний, взятых на себя обязательств – одна из важнейших черт японского стиля ведения переговоров.

В традициях деловых людей Японии внимательно выслушать точку зрения собеседника до конца, не перебивая и не делая никаких замечаний. Представитель японской стороны может кивать во время беседы. Но это совсем не означает, что он согласен с вами, а только то, что он слышит вас. Японское «хай», обычно переводимое как «да», в ходе беседы употребляется довольно часто, но в смысле «так-так», «да-да», т. е. скорее для подтверждения того, что вас продолжают слушать. Традиционно стремясь не вступать в открытое противоречие с собеседником, японцы избегают прямых отрицательных ответов. Если японский бизнесмен хочет сказать «нет», он обычно говорит, что «это трудно». Иногда, же-

лая избежать категорического «нет», вам может быть задан контрвопрос. Если японцы хотят ответить отрицательно, но не имеют веских аргументов, они ссылаются на плохое самочувствие или ранее данные обещания и т. п. Но если вы услышите фразу «В следующий раз» или «Мы рассмотрим этот вопрос» – считайте это стопроцентным отказом. А вот слово «вакаримасита», обычно переводимое как «я понимаю», на самом деле означает гораздо большее – согласие с вами. Японцы, как правило, на переговорах стараются обсудить темы, не имеющие особой значимости, затем обсуждают другие темы, также не относящиеся к основным. И чем серьезнее стоящие на повестке дня вопросы, тем больше внимания уделяется малозначащим деталям. За этим кроется традиционное стремление создать соответствующую атмосферу переговоров, установить отношения сотрудничества, когда все второстепенные вопросы решены и можно приступить к главным.

Японцы очень чувствительны к замечаниям, поэтому перед тем, как высказать какое-то замечание, важно сказать японскому коллеге: «Я не хотел бы, чтобы вы воспринимали то, что я скажу, на свой счет. Это относится исключительно к обсуждаемой теме». Также японцы всегда ждут развернутого ответа на их вопрос. Вариант «да» или «нет» категорически неприемлем.

Форсировать переговоры с японцами настоятельно не рекомендуется. Также не давите на японских партнеров, при-

нуждая их к конкретным действиям и не блефуйте. У японцев традиционна система принятия решений («ринги»), заключающаяся в том, что в обсуждение проблемы, ее рассмотрение и согласование вовлекается большой круг лиц – от руководства компании до рядового сотрудника, на что уходит немало времени. Зато решения японской стороны всегда реализуемы и максимально эффективны.

Японцы стараются максимально развить свободу маневра на переговорах. Их личная смелость и решительность может ярко проявляться в дискуссиях. В то же время в ходе переговоров с японскими бизнесменами трудно обойтись без возникающих пауз и молчания. Не торопитесь заполнять эти паузы. Для японцев такая ситуация нормальна, обычно после взаимного молчания беседа становится более плодотворной. Скорее всего, молчание свидетельствует о глубоком раздумье, в котором пребывают ваши партнеры, а вовсе не о расстройстве или неудовольствии.

Во время переговоров с японской стороной забудьте о проявлении эмоций, особенно раздражения. Терпение и стремление к установлению взаимопонимания даст гораздо лучшие результаты, чем конфронтационное поведение.

Еще одной особенностью японского бизнеса является стремление привнести в деловые отношения дух гармонии, установить между партнерами взаимопонимание. Желание сохранить гармонию в отношениях с партнерами считается добродетелью. Японцы стараются избегать конфликтных си-

туаций, пытаясь прийти к разумному компромиссу. Сторона, которая пошла на уступки в каком-то вопросе, может рассчитывать на преимущество при решении другого вопроса.

Обращайте внимание на невербальные сигналы: если ваш собеседник держит возле головы сжатый кулак, а потом резко его раскрывает, значит, то, что вы только что сказали, он не считает блестящей идеей. Если он стучит пальцами одной руки по пальцам другой, это означает, что стоит изменить тональность разговора. Движения пальцев по бровям – он дает вам понять, что вы лжете и он это видит. Никогда не сидите, положив ногу на ногу, – это означает, что слова вашего собеседника вас не интересуют. Если во время важного разговора японец на некоторое время закрыл глаза, не думайте, что он дремлет – это означает сосредоточенность и повышенное внимание к вашим словам.

Говорить о делах после окончания рабочего дня несколько не возбраняется. Если вы получите приглашение в традиционный ресторан японской кухни, будьте готовы к тому, что перед входом вам придется снять обувь, поэтому тщательно проверяйте свои носки. Помните, что в ресторане не принято давать чаевые, и не вздумайте в ресторане понюхать какое-нибудь блюдо, по мнению японцев, выразив тем самым сомнение в свежести предлагаемых продуктов. Вас могут даже попросить покинуть ресторан, т. к. этим действием вы оскорбляете повара.

Когда вас угощают спиртным (пивом или «сакэ»), держи-

те емкость для напитка на пальцах левой руки, наклонив к бутылке и придерживая правой рукой. Никогда не отказывайтесь хотя бы пригубить напиток. Отказ может быть мотивирован только медицинскими показаниями. Также не отказывайтесь демонстративно от предлагаемых блюд. Съешьте хотя бы маленький кусочек.

А вот если после переговоров вас не пригласили в ресторан – это означает, что, скорее всего, переговоры не увенчаются успехом.

Принимая японцев, представители одной российской компании решили провести вечер в ресторане японской кухни, думая тем самым доставить японцам удовольствие. И им действительно это удалось, но не благодаря кухне этого ресторана, а благодаря его названию – «Якудза», на которое никто из россиян, не зная японского языка, не обратил внимания. А японцы сразу так развеселились, что весь вечер были в хорошем настроении. Оказалось, это слово на японском языке означает «мафия».

О. В. Шевелева, бизнес-тренер, консультант, эксперт по деловому протоколу и этикету

Научитесь хотя бы немного говорить по-японски – партнеры высоко оценят ваше усердие и стремление понять национальные и культурные особенности их народа. Постарайтесь показать искренние знаки уважения к культуре страны. Например, как-то на переговорах с японцами один бизнесмен блеснул знанием истории Японии. Японцы были так по-

льщены этим, что в знак симпатии организовали иностранцу обширную экскурсионную программу.

Помните, что похвала допустима только в адрес группы людей, но никогда не хвалите отдельного человека.

Японцы неравнодушны к памятным фотографиям с автографами. Учитывайте этот момент при завершении переговоров.

Стоит использовать любой уместный предлог для того, чтобы напомнить японскому партнеру о себе и продемонстрировать, что вы не забываете о нем. Вернувшись домой, обязательно отправьте партнеру короткое благодарственное письмо после проведенных переговоров, а позднее – новые информационные материалы или рекламные брошюры, поздравление с праздником (поздравительные открытки желательно направлять лично каждому сотруднику, с которым вы имеете дело, а не на всю компанию в целом), подарок.

Подарок в Японии, как и визитные карточки, принято вручать и принимать обеими руками. Особенно это важно при встрече с лицом, занимающим более высокое положение. Если же ваш партнер имеет более низкий статус, вы несколько сойдете с толку. Но в Японии, если и ошибаться, то всегда лучше в сторону большей вежливости. Если вы уже имеете контакты с японской стороной (к примеру, переписка), имейте при себе небольшой подарок для этого человека. Японцы оценят ваше внимание. Преподнося подарок, скажите: «Извините, это всего лишь маленький

сувенир» или что-то похожее. Помните: если вам дарят подарок, никогда не открывайте его в присутствии дарителя и обязательно сделайте ответный.

Китай

Китай по праву считается одной из древнейших стран мира, к тому же это самая густонаселенная страна. Огромная численность населения, дешевизна рабочей силы и природные богатства делают Китай привлекательным для иностранных экспортеров и инвесторов, которые очень активны.

Для большинства китайцев характерны бережное отношение к традициям, аккуратность, соблюдение положенных правил и ритуалов, трудолюбие и способность к обучению. Китайцы, соглашаясь с Конфуцием, считают, что «правитель должен быть правителем, подданный – подданным, отец – отцом, сын – сыном». В Китае традиционно уважение к старости и высоким званиям.

Азия церемониальна, но важно понимать, что в современном Китае 40 % населения живет в деревне, сохраняя основные старые правила и традиции, а 60 % – городские жители. И в городе почти нет визуальной церемониальной части китайской культуры, особенно при общении с иностранцами. Современные китайцы понимают, что не надо ждать от иностранцев «китайских церемоний». Более того, излишние попытки иностранцев вести себя по-китайски, могут раздра-

жать и вызывать антипатию. Совет иностранцам: ведите себя «честнее», так, как вы привыкли. И если, к примеру, вы не умеете есть палочками, то спокойно попросите столовые приборы, и эта естественность будет достойнее, чем неумелые попытки обращения с палочками во время еды.

Во время беседы китайцы улыбаются вне зависимости от того, о чем идет речь. Их улыбка является выражением вежливости, а не чувства радости и взаимной симпатии, как это принято у европейцев. А кивок головой – лишь знак того, что вас услышали.

При общении с китайцем на первое место нужно ставить фамилию, затем имя. Если вы не знаете ни имени, ни титула человека, то при обращении к нему используйте слова «господин» («сяньшен») или «госпожа» («ньюйши»). Беседуя с малознакомым китайцем, обращайтесь к нему по фамилии, добавляя как минимум обращение «господин».

Проявление дружеских чувств крайне важно. Согласно китайским традициям от подарка, так же как и от дополнительной порции еды, следует сначала отказаться. Не принимайте приглашения, пока его не повторили несколько раз. Это же правило действует, когда вы одновременно с китайцем оказываетесь у входной двери – обычай требует, чтобы он предложил вам пройти первым, вы в ответ предлагаете пройти первым ему, он отказывается и, наконец, вы можете пройти.

Если вас пригласили в китайский дом, то лучше прий-

ти чуть раньше и обязательно принести подарок (это может быть и крепкий алкоголь, к примеру русская водка в красивой упаковке). Не преподносите в качестве подарка любые вещи в количестве четырех или что-то, содержащее цифру 4, т. к. на официальном китайском языке «четыре» означает «смерть». Если вы решили упаковать свой подарок, помните о символике цвета: в Китае цвет траура – белый, а самый подарочный цвет – красный или красный с золотом.

Ждите, пока хозяин не укажет вам ваше место. Принцип рассадки гостей здесь очень сложен и зависит от размеров и формы стола, типа помещения и повода для встречи.

В Китае культ еды. Наиболее частый вопрос: «Ты поел(а)?» – определяет культурный приоритет жителей страны. Этот вопрос задают друг другу все, как аналог вопроса «Как дела?». К еде приступают, когда важная персона подаст знак к началу трапезы. Когда подается рис, следует поднять чашку, поднести ее ко рту и есть с помощью палочек – если хотите продемонстрировать уважение к традиции, научитесь пользоваться палочками для еды. Если вы уронили палочки, не переживайте. Хозяин посчитает это доброй приметой. Это значит, что вас ждет еще одно приглашение, но не оставляйте палочки для еды воткнутыми в блюдо вертикально – широко распространенное восточное суеверие гласит, что это приносит несчастье, поскольку такая еда предназначена для мертвых, а не для живых.

Если вам предлагают экзотическое блюдо, а вы побаиваете-

тесь его есть, не следует отказываться демонстративно. Подача супа к столу – знак того, что обед близится к завершению. Уходите вскоре после окончания трапезы. Необходимо выразить благодарность за прием, хорошее угощение и радушие.

Постарайтесь заранее хотя бы немного изучить историю и культуру этой древней и очень разной страны. Выучите несколько слов на китайском языке. Ваши китайские партнеры проникнутся к вам огромной симпатией.

Национальный стиль ведения переговоров

Переговоры с китайскими партнерами отличаются длительностью. Это объясняется тем, что китайцы никогда не принимают решений без досконального изучения всех аспектов и последствий предлагаемых сделок. Кроме того, по важным вопросам решение принимается коллегиально, с многочисленными согласованиями на различных уровнях, что требует немало времени. Для того чтобы сократить сроки проработки вашего предложения, направьте его подробное и конкретное описание за месяц до планируемой командировки.

Если вы получите от китайских партнеров предложение о сотрудничестве, постарайтесь как можно быстрее отреагировать на деловые письма, запросы, приглашения и т. п. Даже если вы не готовы сразу же дать ответ на какое-либо пред-

ложение, немедленно сообщите, что вы приняли его к рассмотрению.

Переговоры с китайскими партнерами имеют «технический» и коммерческий этапы.

Успех переговоров на первом этапе зависит от того, насколько удастся убедить партнера в реальных преимуществах сотрудничества с вами. Поэтому в состав участников переговоров необходимо включить высококвалифицированных специалистов, а также переводчика, знающего специфические термины вашего дела.

На коммерческом этапе переговоров следует продемонстрировать знание конъюнктуры мирового рынка и вооружиться технико-экономическим обоснованием вашего предложения.

В Китае традиционно существует четкая система связей, которая называется «гуаньси», включающая группу человек в цепочке. Поэтому очень важно, чтобы в вашем распоряжении был человек (его называют «драконья голова»), который введет вас в сеть связей с китайскими партнерами и поможет значительно облегчить ваш бизнес в этой стране. Но в XXI веке роль «гуаньси» играет мессенджер «Вэй синь». Если вас нет в этой сети, вас нет в Китае! Теперь даже писать инициативное письмо по электронной почте бессмысленно, а нужен адрес в «Вэй синь». Следовательно, необходимо завести аккаунт в «Вэй синь» и уметь им пользоваться. Для иностранцев ситуация упрощается, т. к. вам не нужно учить иерогли-

фы, поскольку и сами китайцы в основном только наговаривают информацию. Как только вы обменялись телефонами и стали «другом», важно написать человеку несколько слов с благодарностью за встречу. Сделайте это быстро.

Китайцы придерживаются классической схемы ведения переговоров: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап.

На начальном этапе большое внимание уделяется внешнему виду партнеров, манере их поведения, отношениям внутри делегации. На этой основе китайцы пытаются определить статус каждого из участников переговоров. В дальнейшем они в значительной мере ориентируются на людей с более высоким статусом, как официальным, так и неофициальным. Кроме того, в делегации партнера выявляются люди, которые выражают симпатии китайской стороне. Именно через этих людей китайцы впоследствии стараются оказать свое влияние на позицию противоположной стороны.

Помните, самое главное – избегать ситуаций, при которых вы можете поставить в неловкое положение китайца в присутствии его соотечественников. Это очень важно. Критические замечания высказываются только с глазу на глаз или через уважаемого китайской стороной посредника, особенно если замечания адресованы человеку с высоким социальным статусом.

При общении с китайцами пунктуальность очень важна. Иногда китайцы могут позволить себе опоздать на деловую

встречу без особой причины, но иностранцы должны приходить вовремя и терпеливо ждать партнеров.

Важно соблюсти правила рассадки за столом переговоров. Она осуществляется в соответствии со статусом участников. Глава иностранной делегации должен сидеть по правую руку от руководителя китайской стороны.

Деловые встречи обычно начинаются со светской беседы. Смело можете обсуждать ваше путешествие. Расскажите о своих впечатлениях от увиденного, о том, что вы еще хотите увидеть.

Не принято назначать встречи с китайскими партнерами в период до и после празднования Нового года по восточному календарю, а также в июле и августе – наиболее жарких месяцев в году.

На переговорах с китайской стороной вряд ли стоит ожидать, что они первыми «раскроют карты». Учитывайте, что согласно их традициям «гость говорит первым». Попытки вначале получить информацию от китайской стороны часто оказываются безрезультатными: информация обычно сводится в основном к общим положениям. Китайцы делают уступки обычно под конец переговоров, после того, как будут оценены все возможности противоположной стороны. Причем в момент, когда кажется, что переговоры зашли в тупик, китайцами вдруг вносятся новые предложения, предполагающие уступки. В результате переговоры возобновляются. Однако ошибки, допущенные противоположной сто-

роной, умело используются. Окончательное решение обычно принимается не за столом переговоров, а позднее. При этом не исключено, что при возможности китайцы постараются улучшить для себя достигнутые договоренности, внести поправки и дополнения в полной уверенности, что они поступают совершенно справедливо. Это объясняется древней пословицей: «У правды много лиц». Большое значение китайская сторона придает выполнению достигнутых соглашений.

Китайское «да» может означать все, что угодно: «да, это так», «да, это не так», «да, я понимаю вас», «да, пожалуйста, продолжайте». И очень часто «да» означает «нет». Прямой отказ считается крайне невежливым. Главное для китайца – отказать так, чтобы сохранить отношения для дальнейшего общения. Но если в ответ на ваше предложение вы услышите «мне надо подумать» или «нам надо посоветоваться», считайте, что вам отказали – другого смысла у этих фраз нет.

При деловом знакомстве происходит обмен визитными карточками. Желательно, чтобы ваши реквизиты были напечатаны по-китайски (это можно сделать в Китае). При обмене визитными карточками, держите вашу карточку таким образом, чтобы можно было сразу прочитать текст. При получении визитной карточки от вашего китайского партнера внимательно изучите ее. Помните о том, что визитная карточка (и любой другой предмет) подается и принимается двумя руками, поэтому если вы так сделаете, то проде-

монстрируете свое уважение традиции, но если подадите или примете карточку одной рукой – это не оскорбление. Китайцы особо и не ждут этого от иностранцев. Во время деловой беседы визитные карточки принято разложить на столе (даже если их много, в отличие от европейской практики).

Во время приветствия принято обмениваться рукопожатиями и слегка кланяться. Сначала пожимают руку наиболее высокопоставленного лица.

В Китае придают важное значение налаживанию дружественных, неформальных отношений с иностранными партнерами. Вас могут спросить о возрасте, семейном положении, детях – все это проявление искреннего интереса к вам, поскольку для китайцев важны долгосрочные отношения.

Если вас пригласят на обед домой или в ресторан, угощение будет обильным – не менее двадцати блюд. Попробуйте все блюда. Очень важно оставлять какую-то часть блюда на тарелке. В противном случае хозяева сочтут своим долгом постоянно подкладывать вам еду.

В стране приняты тосты, но чокаться необязательно. Если же чокаются, то соблюдая старое правило: младший должен коснуться верхней частью своего бокала основания бокала, который поднимает старший, тем самым показывая, что он ставит себя ниже. Разливающий напиток должен наполнять чужие бокалы до краев, иначе это будет выглядеть как неуважение. Чокаясь, произносят «Гань бэй!», что соответствует русскому «Пей до дна!».

Помните, что в Китае гость встает из-за стола первым. Пока вы находитесь в Китае, вам необязательно приглашать китайских коллег на ответный банкет. Но обязательно нужно это сделать, когда они нанесут вам ответный визит. По традиции, принимающая сторона приходит на банкет раньше своих гостей.

В государственных учреждениях принято, чтобы все дорогие подарки сразу после получения были переданы в соответствующие отделы, занимающиеся учетом и хранением протокольных подарков. На приемах и официальных встречах следует дарить подарки всем членам китайской делегации. При этом подарок для руководителя должен отличаться от остальных. Другим членам делегации принято вручать одинаковые подарки. Самый скромный подарок может быть вручен китайскому переводчику. Техническому персоналу подарки не дарят. Вручайте и принимайте подарки двумя руками. Помните, что вручение подарков должно происходить исключительно после завершения всех сделок.

Личный подарок лучше вручить наедине. Китайцы никогда не открывают подарок в присутствии дарителя. Если подарок вручают вам, то и вы не должны открывать его. Никогда не дарите китайцам часы – это плохая примета (на китайском языке слова «часы» и «похороны» созвучны), острые предметы (символ заговора или убийства), нефункциональные подарки, к примеру, художественные или фотоальбомы (это универсальный подарок для европейцев, но в Китае по-

дарок должен быть функциональным). Дорогие подарки могут вызвать неоднозначную реакцию.

Принимая китайских партнеров, учитывайте даже такой нюанс, как марка машины для сопровождения, к примеру, это никак не может быть японский автомобиль.

Южная Корея

Яркой иллюстрацией к «портрету» Южной Кореи являются слова одного из премьер-министров страны о том, что главным национальным богатством страны являются ее граждане. Это многое объясняет.

Большинство корейцев – открытые, общительные, очень вежливые и хорошо воспитанные люди. Корейское общество является строго иерархичным и весьма авторитарным. Престиж человека зависит от должности и возраста и зарабатывается нелегким трудом. В самом начале первой встречи корейцы задают друг другу обязательный вопрос «А сколько вам лет?», т. к. в Корее важно сразу понять, кто более уважаем. И даже если человек всего на один год старше, то младший будет обращаться к нему на «вы», а старший к младшему – на «ты».

Корейцы – трудоголики. Во многих компаниях работают с утра до ночи (в прямом смысле этого слова – до 23.00, а утром снова на работу) и часто в выходные. Кроме того, вы не можете уйти раньше своего начальника, даже если уже за-

кончили свою работу. Поэтому многие молодые специалисты ищут работу в иностранных компаниях или за рубежом, где рабочий день намного короче. Отпуска очень короткие – несколько дней. Взять отпуск на две недели – невозможно!

В Корее сильна традиционная конфуцианская мораль, согласно которой в межличностных отношениях необходимо учитывать чувства другого человека, относиться к нему исходя из его социального статуса, уважать его права и быть искренним в своих намерениях. Традиционная мораль высоко ставит личное общение, личный контакт, без которых в Корее невозможно решить ни одной проблемы. Именно поэтому корейцы всегда настаивают на личной встрече, даже в тех случаях, когда с нашей точки зрения достаточно было бы телефонного разговора. Если на просьбу о встрече вы ответите уклончиво, корейцы могут появиться без предварительной договоренности, приняв ваш неопределенный ответ за согласие встретиться.

При встрече мужчины слегка раскланиваются и пожимают друг другу руки. Между женщинами рукопожатие не принято. Если вы поздороваетесь с партнерами по бизнесу на корейском языке – это доставит им огромное удовольствие. Слова приветствия принято сочетать с поклоном, глубина которого определяется возрастом и социальным положением, но от иностранцев поклонов не ждут.

Утром, придя на работу, обязательно нужно поздороваться с теми, кто пришел раньше. Важно уметь вести small

talk. Иностранцам обязательно зададут вопросы: «Это первый ваш визит в Корею?», «А где вы уже были?», «А пробовали нашу пищу?», «И как вам – не остро?» и т. п. Такие вопросы будут заданы не только для поддержания беседы – корейцам это действительно интересно. Но интерес к иностранцам продиктован и другой причиной – такие знакомства престижны и дают возможность «похвастаться», выложив фотографии в обществе иностранных партнеров в социальных сетях.

Не удивляйтесь количеству косметики на лицах молодых людей и избыточному отбеливанию кожи – это очевидный признак того, что человек имеет работу в офисе, а не занимается крестьянским трудом. Показать это статусное различие очень важно для корейцев.

Никогда не опаздывайте на встречи. Корейцы очень пунктуальны, и вам надлежит быть такими же. Для корейцев характерен очень быстрый темп жизни (даже в ресторане на столе есть кнопка, позволяющая быстрее вызвать официанта), поэтому любое ожидание для них – стресс. Учитывайте эти нюансы во время делового общения с корейскими партнерами.

Контролируйте свое невербальное поведение: на важных мероприятиях сидите ровно, не прячьте руки и не закидывайте ногу на ногу.

Помните, что громкий разговор или смех в Корее считается оскорбительным, а сморкаться в присутствии других (как

и в Японии) – верх неприличия.

Корейцы очень гостеприимны, и если вас пригласят в дом, не забывайте, что в традиционном доме есть принято за низенькими столиками, сидя на полу на специальных подушечках, а ходить по дому без обуви, оставляя ее в коридоре непременно задниками к порогу.

Помните, что (как и в Китае) все, что связано с цифрой 4, – табу.

Никогда не сравнивайте корейцев с японцами или китайцами.

Национальный стиль ведения переговоров

Для установления контакта с корейскими бизнесменами необходима личная встреча, договориться о которой следует через посредника, – это очень важный момент. Посредник, хорошо знакомый с вашими будущими партнерами, представит вашу компанию, расскажет о ваших предложениях, о вашем статусе и пр.

Если при встрече с корейским партнером окажется, что он старше или моложе вас либо выше или ниже по статусу, знайте, что в этих случаях возможно появление проблем в процессе общения. Во время представления обязателен обмен визитными карточками, в которых корейцев интересует не столько ваше имя, сколько компания, в которой вы работаете, и ваше положение в ней. Если в ответ на протяну-

тую визитную карточку (в знак уважения подавать ее следует обеими руками) кореец не получит визитную карточку партнера, это будет воспринято с недоумением, более того, как оскорбительное пренебрежение. После знакомства и обмена визитными карточками принято положить их перед собой на стол и только после этого начать разговор.

Непосредственно после обмена визитными карточками принято произнести несколько нейтральных слов о дороге, размещении в отеле, климате и т. п. Корейцы сами перейдут к основной теме, когда сочтут это необходимым.

Помните, что в корейских именах первый слог – это фамилия (например, Ким, Ли, Сон), а два последующих – личное имя. Но в последнее время в Корее стали писать на западный манер – сначала имя, потом фамилию. Поэтому во избежание недоразумений лучше уточнить у собеседника его фамилию. В свою очередь, четко называйте корейцам свою фамилию, т. к. им так же не просто определить, какое из написанных на визитной карточке слов является фамилией.

Корейских бизнесменов отличает напористость и некоторая агрессивность при ведении переговоров. Обычно переговоры, особенно первоначальные, имеют довольно длительную протокольную часть. Однако, в отличие от представителей японских компаний, корейцы не склонны долго обсуждать второстепенные моменты в стремлении обеспечить плавный переход к главному вопросу. Для корейцев харак-

терна ясность и четкость выражения проблем и путей их решения. Они всегда точно знают, чего хотят. Если лицо, прибывшее на переговоры с ними, не полномочно принимать решения, корейцев это сильно охлаждает.

Не принято открыто выражать несогласие с партнером, доказывать его неправоту (того же ждут и от собеседников). В общении с корейскими бизнесменами не рекомендуется употреблять выражения «Надо подумать» или «Решить этот вопрос будет не так просто» и т. п., поскольку это воспринимается ими не как готовность к длительным усилиям по выяснению возможностей реализации идеи, а как констатация ее неприемлемости на данном этапе.

Если во время переговоров корейцы кивают – это вовсе не означает согласие. Во многих случаях гордость и боязнь «потерять лицо» просто не позволяют обнаружить свое непонимание. Именно поэтому так часты ситуации, когда стороны искренне убеждены, что достигли договоренности, однако каждая понимает ее по-своему.

Не ожидайте, что во время переговоров корейские партнеры расстанутся со своими смартфонами – они «привязаны» к телефонам и скорее забудут где-то свой портфель или сумку, но телефон – никогда. В чехлах для телефонов есть отделения для банковских карт или на телефон приклеивается силиконовый кармашек для них, т. к. корейцы не выпускают телефон из рук.

В Корее личные контакты и взаимное доверие ценятся го-

раздо выше, чем юридические документы. Попробуйте превратить ваши деловые отношения в личные. Узнайте как можно больше о вашем деловом партнере (его увлечения, день рождения, семейное положение и пр.).

Неофициальной части переговоров уделяется огромное значение. Это очень важный момент. Никогда не отказывайтесь от предложений вместе провести время в ресторане после официальной части. По возможности, устройте ответный прием. Если вас приглашают в ресторан или в клуб в пятницу вечером, будьте готовы просидеть там всю ночь на субботу.

На первой встрече принят обмен сувенирами, цель которых – оказание внимания данной компании к потенциальному партнеру, а также реклама.

Корейцы щепетильны в вопросах одежды, в т. ч. деловой. В компаниях, где существует дресс-код, – это строгий деловой костюм и для мужчин, и для женщин.

Вернувшись домой, не забывайте о своих корейских партнерах, выходите на связь с ними как можно чаще – этого требуют правила вежливости. По правилам делового этикета обязательна рассылка благодарственных писем, которые направляются всем, с кем были проведены встречи.

И всегда поздравляйте корейских деловых партнеров с праздниками.

Индия

В представлении иностранцев Индия – страна грез, страна махараджей, алмазов и изумрудов. Суровая действительность может их несколько разочаровать. Скорее Индия – страна контрастов, в которой сосуществуют различные культурные и религиозные традиции, что накладывает отпечаток на общение и этикет. Для людей различного вероисповедания и разных каст характерны разные правила поведения.

Противоречия в жизни современной Индии станут понятнее, если учесть, что в ней соседствуют разные века. Несколько миллионов образованных граждан живет среди сотен миллионов практически первобытных людей. По количеству ученых и инженеров Индия уступает только США, но половина ее населения безграмотна.

Индийцы – огромная, более миллиарда человек, нация. Здесь в каждом штате говорят на своем языке, несмотря на то, что официальным является хинди, а вторым языком – английский. У каждого штата есть свой традиционный костюм, своя кухня, свои обычаи и традиции.

Помните, что в Индии очень жесткая система каст. Надо обязательно знать, к какой касте принадлежат люди, с которыми вы вступаете в деловые отношения, и быть в курсе соответствующих ограничений (например, запрета на общение с представителями низших каст), чтобы не вынуждать людей

делать то, что идет вразрез с их принципами. Существуют три основных класса: брахманы (жрецы), кшатрии (воины) и вайшьи (крестьяне, ремесленники, торговцы). Практически все бизнесмены являются членами последней касты. Кроме того, существует четвертый класс – шудры (слуги) и пятый – это изгои или неприкасаемые, которые выполняют всю грязную работу (около 15 % населения). Поэтому соблюдайте осторожность. Не нанимайте на работу человека неизвестного происхождения: он может принадлежать к касте, стоящей ниже по положению касты ваших партнеров или, что еще хуже, принадлежать к касте неприкасаемых. В таком случае партнеры могут даже прекратить сотрудничество. Иностранцам невозможно понять, насколько сильны и незыблемы границы касты, даже сейчас, в XXI веке!

Практически каждый, с кем вам придется иметь дело в Индии, будет говорить по-английски. Приветствия обычные английские. У мужчин принято рукопожатие (при этом партнер может взять вас за руку и долго не отпускать, чтобы наладить невербальный контакт), а женщине руку пожимать не принято, только если она сама вам не протянет руку первой. Для женщин подойдет традиционное приветствие «Намасте» – словесное приветствие, дословно означающее «признаю в твоём лице равного» или «Намасте джи» (более вежливая форма, «джи» – частица, показывающая уважение) и жест, когда ладони складывают вместе на линии груди (как для молитвы) с одновременным легким поклоном всем кор-

пусом.

Не принято заговаривать с женщиной в общественных местах, если она находится одна.

В любых конфликтных ситуациях лучше сохранять спокойствие, что позволит найти общий язык. Никогда не начинайте «качать права». Если ситуация позволяет, попробуйте улыбнуться. Это разрядит обстановку.

Если партнер пригласил вас в дом, то обязательно заранее обговорите день визита, время и кухню. Приготовление индийской еды требует много времени и усилий, и если вы не захотите или просто не сможете съесть угощение, это будет считаться оскорблением. Поэтому если вы не привыкли к специфической еде, лучше предупредить хозяев заранее. Можно вежливо сказать: «Я с удовольствием принимаю ваше приглашение и приду в назначенное время, но врач запретил мне употреблять острую пищу» – таким образом вы избавите хозяев от множества проблем. Идя в гости, обязательно принесите с собой сладости. Обращайте внимание на цвет упаковки подарка – черный и белый по индийским поверьям приносят несчастье.

Если на шею гостю надевают гирлянду из цветов – это знак особого уважения. Однако спустя некоторое время гирлянду лучше снять, чтобы не вызвать толков о вашей нескромности.

Помните, что во время застолья еду берут и передают только правой рукой, поскольку левая рука считается нечи-

стой. Также в Индии считается невежливым передавать что-либо из рук в руки.

Поскольку большинство индийцев едят только растительную пищу, а корову считают священным животным, старайтесь не есть мяса в их присутствии. Мусульманское население страны не употребляет свинины и не пьет спиртного.

Не рекомендуется касаться в разговоре политики, проблем бедности, отношений индуистов и мусульман. Не отказывайтесь от разговоров о своей семье, если ваши партнеры захотят узнать подробности, можно показать фотографии ваших близких.

Национальный стиль ведения переговоров

Индийский образ ведения дел напоминает западный, поскольку правовые и экономические основы были заложены еще во времена британского правления. Но существуют и особенности, которые следует учитывать, начиная бизнес в этой стране. Более 70 % из ста крупнейших компаний страны и 99 % всех предприятий являются семейным бизнесом. Все деловые круги тесно взаимосвязаны между собой и все должно основываться на личных контактах.

Бюрократия – это то, что в Индии неизбежно, как сезон дождей. Если нужно что-то сделать, оформить, добиться – нужно пройти многие инстанции и не по одному разу. Говоря о ведении бизнеса в Индии, нельзя не упомянуть про кор-

рупцию, которая так глубоко проникла во все слои общества, что уже считается не нарушением закона, а обычным делом. Само слово «коррупция» даже потеряло свое значение, и правильнее говорить о «доплате» или «индийском обычае». Поэтому иностранцу, решившему заняться бизнесом в Индии, лучше будет доверить такие деликатные дела местному партнеру.

Все деловые отношения ведутся на английском языке, на нем же печатаются визитные карточки, которые в Индии имеют свою специфику. При заказе визитных карточек для знакомства с индийскими партнерами обратите внимание, чтобы после вашего имени было указано ваше образование. Образованием в Индии очень гордятся и везде о нем упоминают. Доходит до курьезов: на визитной карточке можно увидеть «Магистр гуманитарных наук (Калькутта, не сдал)». Совет: при знакомстве с индийскими партнерами упомяните о своем образовании, но сделайте это корректно. Визитные карточки подают и принимают правой рукой.

Пунктуальность – не главное качество индийцев. Если назначена официальная встреча, приходите вовремя, но знайте, что следует приготовиться к долгому ожиданию. Индийцы часто шутят, что часовой пояс Indian Standard Time (IST) – индийское стандартное время на самом деле означает Indian Stretchable Time – индийское растяжимое время.

Индийцы уважают астрологов и очень суеверны. Они могут настаивать на определенной дате проведения перегово-

ров или подписания контракта, не желая объяснить причину своего упорства. Отнеситесь к этому с пониманием. Дело в том, что они непременно будут действовать в соответствии с советом астролога, вплоть до отказа от сделки в неподходящий день.

Индийцы в большинстве случаев демонстрируют гибкость и терпение при ведении деловых переговоров, однако они очень эмоциональны и при обсуждении спорных вопросов часто переходят на личности. В интересах сохранения долгосрочных отношений рекомендуется демонстрировать готовность к компромиссу.

Решения принимаются медленно. В Индии существует поговорка: «В делах нельзя торопиться, ибо разум не успевает за телом». Если принимается серьезное решение, его могут не только долго обдумывать, но и несколько раз корректировать или даже менять в ситуации, когда сделка уже оформлена и бумаги подписаны. Будьте готовы к таким неожиданностям, но лучше многократно услышать согласие индийских партнеров, проверяя его дополнительными способами.

Важно помнить и о такой особенности: индийцы в целом слишком вежливы, чтобы сказать прямое «нет». Вас могут ввести в заблуждение или даже обмануть только ради того, чтобы не обидеть отказом. Будьте внимательны. В одних случаях нужно проявить твердость и спросить, каков же будет окончательный ответ, в других – принять ситуацию такой,

какая она есть, и проявить терпение. Если вам необходимо дать отрицательный ответ, скажите: «Я не уверен, что смогу это сделать». При этом тщательно обдумайте свой отказ, мотивируя его и избегая прямолинейных формулировок.

Чувство собственного достоинства у индийцев просто гипертрофированное. Шутки с малознакомыми партнерами лучше свести к минимуму – есть риск быть неправильно понятым.

Отправляясь на деловую встречу, обратите внимание на качество своего костюма. Мужчинам рекомендуется надеть костюм классического стиля, женщинам – одеться скромно и элегантно, соблюдая осторожность в выборе элементов делового костюма. Помните, что плечи и предплечья должны быть обязательно закрыты одеждой или хотя бы накидкой, вырез не должен быть глубоким, а одежда обтягивающей. Колени также должны быть закрыты.

Заключение

Все, о чем вы узнали, прочитав эту книгу, не просто «интересно» или «любопытно» – эта информация, безусловно, потребуется всем, кто стремится к профессиональному успеху и хотел бы иметь деловые отношения с достойными партнерами. Ваш карьерный рост напрямую зависит от вашего умения налаживать и поддерживать отношения с людьми. На первый взгляд все просто – все люди здороваются, прощаются, знакомятся, обмениваются рукопожатиями и визитными карточками, говорят по телефону, обедают и пьют кофе, но мало кто делает это так, чтобы удерживать эти связи на уровне долгосрочного партнерства, что выводит бизнес на принципиально другой уровень.

Я искренне надеюсь, что рекомендации и советы, которыми я делилась с вами на страницах этой книги, помогут вам обрести уверенность, зная, как вести себя в различных ситуациях делового общения. Но одной уверенности недостаточно, т. к. знания, не переведенные в навыки, почти не имеют ценности. Вам потребуется время и практика. Постарайтесь выбрать из прочитанного те рекомендации, которые вы сможете реально использовать, попробуйте и повторяйте то, что приносит успех. Чем больше навыков будет в вашем арсенале, тем быстрее вы сможете адаптироваться к любой ситуации, возникающей в процессе делового общения.

Помните, что суть этикета не только в соблюдении правил, но и в создании максимально комфортных личных отношений. Одних профессиональных знаний сегодня становится недостаточно – необходимо уметь расположить к себе других людей, создать атмосферу доверия и уважения в процессе делового общения.

Желаю вам никогда не останавливаться на достигнутом, постоянно совершенствовать свой стиль поведения и, надеюсь, что знания, полученные из этой книги, послужат вкладом в ваш профессионализм.

Если вам потребуется дополнительная консультация, вы всегда можете написать мне по адресу **shevelevaprof@gmail.com**.

Соблюдайте правила делового протокола и этикета, чтобы ваша карьера стала бесспорной, а манеры – безупречными!

Приложения

Приложение № 1. Упражнения для тренировки речевого дыхания, голоса, улучшения артикуляции и дикции

Упражнение «Старт»

Возьмите часы с секундной стрелкой или используйте секундомер гаджета и начните вслух вести отсчет времени по секундам, например: «Десять!», «Девять!», «Восемь!», «Семь!», «Шесть!», «Пять!», «Четыре!», «Три!», «Два!», «Один!», «Старт!».

Отсчет ведите громко, отрывисто, равномерно на одном дыхании, без добора воздуха. Следовательно, вы задержите дыхание на одиннадцать секунд.

Рекомендуется повторять упражнение не менее 3–4 раз.

Упражнение «Насос» (Внимание! Есть противопоказания)

Встаньте прямо, поставьте ноги чуть уже ширины плеч, руки опущены вдоль тела. Наклонитесь вперед, опустив голову, с одновременным коротким (в течение одной секунды)

и шумным вдохом через нос, соединив руки, как будто вы нажимаете на ручку насоса. Вернитесь в исходное положение. Выдох не контролируется.

Рекомендуется повторять упражнение не менее 8–12 серий по 8 вдохов.

Упражнение «Колокола»

Имитируйте голосом звучание колоколов, стараясь «тянуть» согласный звук «м», изменяя регистры: от низкого «бом-м-м-м-м» к среднему «бам-м-м-м-м» и до высокого «бим-м-м-м-м».

Рекомендуется повторять упражнение не менее 3–4 раз.

Упражнение «Скакалка»

Прочитайте текст выразительно вслух, изменяя темп речи и громкость голоса.

Со скакалкой я скачу,
Научиться я хочу
Так владеть дыханьем, чтобы
Звук держать оно могло бы,
Глубоко, ритмично было
И меня не подводило.
Я скачу без передышки
И не чувствую одышки.
Голос звучен, льется ровно,
И не прыгаю я словно.
Раз-два!
Раз-два!

Раз-два!

Раз!

Можно прыгать целый час!

Рекомендуется повторять упражнение не менее 3–4 раз.

Чтение скороговорок

Прочитайте скороговорку в среднем темпе, четко проговаривая все слоги. Увеличивайте скорость речи, но не допускайте ошибочного прочтения или «сглатывания» окончаний и т. п. В случае возникновения ошибок, возвращайтесь к предыдущей скорости прочтения.

Варианты простых скороговорок:

- Бомбардир бонбоньерками бомбардировал барышень.
- Волховал волхв в хлеву с волхвами.
- Бык тупогуб. Тупогубенький бычок. У быка бела губа была тупа.
- Гонец с галер сгорел.
- Рододендроны из дендрария даны родителям.
- Жужжит жужелица, жужжит, да не кружится.
- Из кузова в кузов шла перегрузка арбузов. В грозу в грязи от груза арбузов развалился кузов.
- Купи кипу пик. Купи кипу пуха.
- Полили ли лилию? Видели ли Лидию? Полили лилию. Видели Лидию.
- На мели мы лениво налива ловили и меняли налива вы мне на линия. О любви не меня ли вы мило молили и в туманы

лимана манили меня?

- От топота копыт пыль по полю летит.
- Редька редко росла на грядке. Грядка редко была в порядке.
- Не хочет косой косить косой – говорит: «Коса коса».
- Ткет ткач ткани на платки Тани.
- Фараонов фаворит на сапфир сменил нефрит.
- Хвалю халву.
- Цыпленок цапли цепко цеплялся за цепь.
- В четверг, четвертого числа, в четыре с четвертью часа черные черненьких чумазеньких чертенка чертили черными чернилами чертеж. Чрезвычайно чисто.
- Шакал шагал, шакал скакал.
- Щетинка у чушки, чешуя у щучки.

Большой выбор упражнений вы найдете в книгах З.В. Савковой «Техника звучащего слова» и Л.А. Введенской «Культура речи».

Приложение № 2. Речевая гимнастика

1. Разминка губ

Исполнение: в течение 1 минуты энергично произносить сочетание звуков Б-П.

2. Разминка языка

Исполнение: в течение 1 минуты энергично произносить сочетание звуков Д-Т.

3. Разминка гортани

Исполнение: в течение 1 минуты энергично произносить сочетание звуков К-Г.

4. Произнесите любую скороговорку с различной интонацией (например, робко, весело, самоуверенно).

5. Примите позу уверенности: распрямите позвоночник, расправьте плечи, поднимите голову.

6. Улыбнитесь!

Приложение № 3. Столовая посуда, столовые приборы, салфетки, украшение стола

Столовая посуда

Столовая посуда имеет определенную вместимость и должна соответствовать размерам порций. Также важно, чтобы посуда была удобной и чтобы при посещении ресторана вам не пришлось вспоминать сказку про лису и журавля.

- Закусочные тарелки используются для подачи холодных закусок или как подстановочные под салатники, икорницы и т. п. Помните, что слева на расстоянии от 5 до 15 см от закусочной тарелки располагается тарелка для хлеба, которая предназначена для вас. Если к горячему блюду предусмотрен салат из свежей зелени, его подают на закусочных тарелках, которые ставятся ниже тарелок для хлеба или при их отсутствии на место хлебных тарелок.

- Разнообразные салатницы и лотки – для подачи салатов и небольших закусок.

- Соусники – для холодных соусов или сметаны.

- Кокильницы (из металла в форме раковины) – для запеченных блюд из рыбы и морепродуктов и кокотницы (из металла в форме маленьких ковшиков) – для запеченных блюд из мяса, птицы и грибов. Поскольку блюда в такой посуде по-

дают очень горячими, ручки посуды обертывают бумажными папильотками в виде треугольного колпачка для кокильниц или трубочки с разрезанными и закрученными краями для кокотниц. Во время еды бумажные насадки снимать не следует.

- Порционные сковороды с двумя ручками и прямыми бортиками «кроншель» – для запеченных блюд из мяса, рыбы, овощей, некоторых сладких блюд и пр.
- Бульонные чашки – для подачи бульонов. Также в них могут быть поданы супы-пюре.
- Глубокие столовые тарелки – для заправочных супов.
- Мелкие столовые тарелки – для рыбных, мясных блюд, блюд из птицы, дичи и пр.
- Глубокие и мелкие десертные тарелки – для разнообразных сладких блюд и фруктов.
- Розетки (диаметром 90 мм) для джемов, меда, использованного лимона, косточек от фруктов.
- Креманки для мороженого и порционных десертных блюд (сливки, ягоды и т. п.).

Кроме перечисленных основных видов посуды на столе могут быть приборы для специй, масел, держатели для бумажных салфеток и пр.

Отдельно следует выделить чашу для ополаскивания кончиков пальцев (сначала одной руки, потом другой, после чего принято промокнуть пальцы салфеткой), которая может

быть сервирована при подаче отдельных блюд. И это всегда знак, что будет подана еда, которую следует есть руками. Обычно это круглая чаша (похожая на салатницу) большего или меньшего объема, наполненная не более чем наполовину водой, в которой плавают лепестки цветов, если чаша подается к фруктам, а после жирной еды или, к примеру, ома-ра, принято подавать чашу с ломтиком лимона.

Столовые приборы

- Закусочный прибор (вилка и нож, длина которого примерно равна диаметру закусочной тарелки) подают к холодным блюдам и закускам всех видов, а также к некоторым горячим закускам, к примеру, яйцам, блинам, жареной ветчине.
- Рыбный прибор (вилка с короткими широкими зубцами и нож с широким лезвием, по форме напоминающим нечто среднее между лопаткой и секирой) предназначен для горячих рыбных блюд.
- Столовый прибор (ложка, вилка и нож – самые большие из подаваемых приборов) используется для первых и вторых (кроме рыбных) блюд.
- Десертный прибор (ложка, вилка и нож, длина которого примерно равна диаметру десертной тарелки, к тому же он уже закусочного ножа) применяется при подаче сладких блюд и иногда фруктов. Десертная ложка может быть сервирована к бульону.
- Фруктовый прибор (вилка с двумя зубцами и нож, раз-

мером меньше десертного) подают к фруктам и фруктовым салатам.

- Чайные и кофейные ложки.
- Ложка для мороженого, похожая на лопатку.

К вспомогательным приборам, подаваемым в ресторанах, относятся ножи для нарезки и раскладки масла и сыра, кокильная вилка, устричная вилка, вилка и щипцы для улиток, вилка для фондю, щипцы для сахара, щипцы для льда и пр.

- Нож для масла отличается от других видов ножей расширенным и скругленным на конце лезвием, с одной стороны изогнутым полудугой.
- Ножи для нарезки сыров, подаваемых куском, имеют различную форму в зависимости от консистенции сыра.
- Кокильная вилка для горячих закусок из рыбы и морепродуктов имеет три зубца, более коротких и широких, чем у десертной и др.
- Вилки для устриц, улиток и для фондю имеют два зубца различной конфигурации и удлиненную рукоятку.
- Щипцы для улиток, для сахара, для льда отличаются размерами, толщиной и формой концов.

Кроме перечисленных основных видов столовых приборов на стол могут быть поданы и другие.

Салфетки

Тканевая салфетка – обязательный предмет классической сервировки стола. Салфетка должна легко разворачиваться

и не быть сильно накрахмаленной. Правила использования бумажных салфеток те же, что и для салфеток из ткани, — прикладывайте к губам внутреннюю сторону бумажной салфетки каждый раз перед тем, как пригубить напиток и когда возникает необходимость промокнуть губы, а затем оставляйте слева от тарелки. В конце обеда, легко смяв, положите ее справа от своей тарелки так, чтобы загрязненных участков не было видно, но никогда не кладите бумажную салфетку в тарелку.

Украшение стола

В ресторанах высокого уровня на столах обязательно будут находиться живые цветы, а также возможно расположение на столах подсвечников со свечами и (или) настольных ламп. Обратите внимание, что в ситуации делового обеда зажженные свечи будут неуместны.

Приложение № 4.

Последовательность подачи блюд во время делового обеда

После того, как участники делового обеда сделали заказ, в первую очередь официант принесет на стол напитки, хлебное ассорти и масло. Поскольку хлеб – дополнение к блюдам, лучше не торопиться есть его, но если вы сильно проголодались, то можете приступить к еде, отломив кусочек или сделав маленький бутерброд. В престижных ресторанах гостям предлагают амисбуш (от франц. *amuse-bouche* – развлечение для рта) – так называемый комплимент от шеф-повара (об этом должен сказать официант), представляющий собой одну или несколько крошечных закусок, которые можно сразу же попробовать. Но, если вы не голодны или не хотите экспериментировать, поблагодарите за угощение, но не дегустируйте его, а дождитесь своего заказа.

Далее в большинстве случаев приносят холодные блюда и закуски. Сначала принято подавать рыбные, затем мясные и из птицы и дичи, далее овощи и грибы.

После холодных закусок подают горячие в следующей последовательности: рыбные и из морепродуктов, мясные, из субпродуктов, из птицы и дичи, овощные, грибные, яичные и в последнюю очередь мучные.

Затем приносят суп или бульон, если кто-то из гостей сделал такой заказ. К первым блюдам могут быть принесены соусы, сметана, сухарики или выпечка.

Далее наступает очередь основных горячих блюд, которые подаются в следующей очередности: рыбные, мясные, из птицы и дичи, овощные, крупяные, яичные, молочные, мучные.

В финале подают десерт, который может быть представлен в различных вариантах, в зависимости от выбора участников делового обеда.

Приложение № 5. Как есть различные блюда

В наше время правила этикета, регулирующие поведение за столом, значительно упростились, и уже никто не будет строго судить человека, если он неправильно разделявает омара или ест спаржу. Тем более что в большинстве ресторанов вас и не заставят мучиться с омаром, а принесут его уже разделанного (но сохраняющего свою форму), и вам останется лишь наслаждаться вкусом, а не бороться с панцирем.

Во время обеда в ресторане трудности могут быть не только с экзотическими блюдами, такими как лягушачьи лапки, перепела, ракообразные или виноградные улитки и т. п. Проблемы могут возникать, казалось бы, с самой простой едой: как есть спагетти? А если на гарнир поданы помидоры-черри? Что делать с соусом? Поэтому важно знать правила употребления основных блюд и напитков, чтобы не делать ошибок и комфортно себя чувствовать за столом в любой компании.

Если вы решили отведать необычное блюдо и не знаете, как его есть, проконсультируйтесь у официанта, но не стоит экспериментировать во время делового обеда – лучше отложите попытку до более неформальной встречи в дружеской компании.

Помните: чтобы не ошибиться и знать, как есть то или

иное блюдо, вам всегда поможет подсказка в виде приборов, которые будут сервированы к выбранному блюду.

Хлеб

Хлеб принято брать рукой, а затем положить его на свою хлебную тарелку, стоящую слева от вас, и пальцами левой руки отламывать от ломтика или булочки маленькие кусочки «на один укус». Если тарелки для хлеба на столе нет, то хлеб кладут прямо на скатерть слева от своей тарелки. От пирожков отламывать кусочки не принято – их следует аккуратно откусывать. Не принято отделять мягкую часть хлеба от корочки. Если вы хотите сделать бутерброд, следует, отломив кусочек, положить его на хлебную тарелку (не держать над ней), удерживая пальцами левой руки, а находящимся в правой руке ножом намазать хлеб маслом. Если же вы намазали маслом весь кусок хлеба, вам придется есть его с помощью ножа и вилки со стоящей перед вами закусочной тарелки. Нельзя откусывать от целого куска, крошить хлеб в тарелку или намазывать что-то на хлеб, держа его на ладони.

Сливочное масло

Чаще всего сливочное масло подают в форме небольших кубиков или шариков, лежащих на небольшой тарелке вместе со специальным ножом для раскладки масла, на конце которого имеется зазубрина, чтобы можно было поддеть кусочек масла и положить его на хлебную тарелку. Если специальный нож не подается, перенесите кусочек на свою хлебную тарелку своим ножом для масла или любым чистым но-

жом. Если масло подано бруском в масленке, отрежьте кусочек и положите на свою тарелку. Намазывают масло на хлеб с помощью своего ножа для масла, лежащего на хлебной тарелке.

Холодные закуски

В большинстве случаев холодные закуски едят с помощью закусочного прибора.

Горячие закуски

Большинство горячих закусок подают в той посуде, в которой они были приготовлены: в кокильницах, кокотницах и в порционных сковородках с двумя ручками. Такая посуда всегда подается на подстановочных тарелках. Кокильницы и кокотницы ставятся так, чтобы ручка была слева от сидящего за столом. При этом на ручки во избежание ожогов надевают папильотки. С правой стороны кладется прибор: к кокилю – вилочка, к кокоту – кофейная или чайная ложечка.

Блинчики и оладьи

Едят с помощью закусочного или десертного ножа и вилки.

Пицца

Пиццу едят с помощью ножа и вилки. И только в неофициальной обстановке ее разрезают ножом на удобные для еды клиновидные куски, которые берут руками, придерживая пальцами толстый край.

Яйца

Яйца всмятку подают в специальных рюмочках – пашот-

ницах, стоящих на подстановочной тарелочке или блюде. К яйцу подается специальная ложечка с расширенным концом или чайная. Чтобы разбить яйцо, по нему ударяют лезвием ножа или ложкой и очищают от скорлупы верхнюю часть. После этого яйцо едят ложкой прямо из скорлупы. Сваренные вкрутую яйца очищают от скорлупы, разрезают вдоль на две половинки и едят, разделяя ребром вилки. К яичнице сервируют вилку и ложку (для желтка), к омлету вилку и нож, но им не разрезают блюдо.

Супы и бульоны

Заправочные супы едят из глубоких столовых тарелок овальной суповой ложкой. Не забывайте после еды оставлять ее в тарелке. Супы-пюре и бульоны могут быть поданы как в бульонных чашках, так и в суповой тарелке. Если суп-пюре или бульон были поданы в бульонных чашках, которые обязательно ставятся на подстановочную тарелку, круглую суповую ложку после окончания еды никогда не оставляют в чашке, а кладут на тарелку. Набирать суп или бульон в ложку можно движением как от себя, так и к себе, но в любом случае не торопитесь быстро подносить ложку к губам, чтобы возможная капля успела капнуть в тарелку. Остатки супа доедать не принято, поэтому суповую тарелку или бульонную чашку желательно не наклонять. Если к первому блюду полагаются сухарики, гренки или крекеры, их бросают в суп или бульон по несколько штук, когда его подают к столу.

Мясные блюда

Почти все мясные блюда едят с помощью столового ножа и вилки. Не следует нарезать сразу весь кусок мяса на тарелке на мелкие кусочки – лучше постепенно отрезать один-два небольших кусочка.

Блюда из рубленного мяса (котлеты, биточки, пельмени и пр.) ножом не разрезают, а разделяют на кусочки ребром вилки.

Тушеное мясо, поданное в горшочке, едят столовой ложкой прямо из него. Находящаяся под ним тарелка – просто подставка. Не принято перекладывать содержимое горшочка на другую тарелку.

Шашлык никогда не едят с шампура! Его следует аккуратно сдвинуть с помощью ножа (начиная с нижних кусочков) с шампура на свою тарелку и есть с помощью ножа и вилки.

Мясное фондю (кусочки мяса, погружаемые в сырный соус) принято есть следующим образом: мясо накалывают на специальную вилку с очень длинной рукояткой, опускают в сырный соус, затем извлекают и дают остыть на тарелке. Едят с помощью обычной вилки. Затем процедура повторяется.

Блюда из птицы и дичи

Несмотря на то, что правилами этикета предусмотрены два способа употребления блюд из птицы и дичи, рекомендую ограничиться первым. Если каждому из гостей не подается чаша для ополаскивания кончиков пальцев, то птицу или дичь едят только с помощью столовых ножа и вилки, осторожно срезая мякоть с косточек (если это, к примеру,

бедро). Все то, что не удастся легко срезать с помощью ножа и вилки, остается на тарелке. Если же сервировкой предусмотрена подача чаши для ополаскивания кончиков пальцев, то после того как основная часть мяса срезана с помощью ножа, косточку с оставшимся небольшим количеством мяса можно взять большим и указательным пальцами правой руки и аккуратно доесть его. После этого косточку кладут на край тарелки, а кончики пальцев ополаскивают в чаше и вытирают салфеткой. Крылья рябчиков, цесарок и перепелов не едят.

Котлеты «по-киевски»

Чтобы масло не брызгало во все стороны, а вытекало на тарелку постепенно, в том месте, где папильотка, надетая на косточку, соприкасается с котлетой, зубцами вилки следует осторожно проколоть котлету в нескольких местах, держа ее на тарелке. Затем, придерживая вилкой, отрезать котлету ножом по кусочку и есть. Когда котлета будет съедена почти до косточки, оставшуюся часть мякоти можно доесть, взяв косточку пальцами правой руки за папильотку.

Рыбные блюда

Закусочную рыбу холодного копчения (лососевые, осетрина, копченый угорь и пр.) допустимо разрезать закусочным ножом и есть с помощью закусочного прибора.

Горячие блюда из рыбы (речь идет о филе) принято есть с помощью двух вилок, а не рыбного прибора, поскольку филе рыбы ножом не разрезают, а лишь отделяют кусочки ребром

вилки, находящейся в правой руке вместо ножа.

Жареную или приготовленную на гриле или на пару рыбу, которая, как правило, подается целиком, едят с помощью рыбного прибора. Существует несколько способов как разрезать рыбу на тарелке. Один из них: сначала ножом удаляют верхний, нижний, боковой и хвостовой плавники, затем отрезают голову (ниже жабер), после чего рыба разрезается вдоль и переворачивается верхняя отрезанная часть. Потом кончиком ножа подцепляется хребет, который аккуратно, придерживая вилкой, вынимается и перекладывается на край тарелки. Кожицу можно снять с помощью ножа. После этого рыба ребром вилки разделяется на удобные порции.

Если, взяв кусочек рыбы в рот, вы обнаружили в нем кости, то крупные осторожно выкладывают губами на вилку и кладут их на край своей тарелки, а мелкие кости можно вынуть изо рта большим и указательным пальцами.

Часто рыбу подают с лимоном. В этом случае вилкой удерживают ломтик лимона, а ножом выскребают середину. Остатки лимона оставляют на краю тарелки.

Икра

По правилам икру подают в хрустальной или стеклянной посуде, помещенной в емкость со льдом. К икре подаются мини-тосты или гренки. Икру специальной лопаточкой или ложкой накладывают на них и едят руками. Предварительно вы можете намазать тост маслом, удерживая хлеб на тарелке пальцами левой руки, а затем положить на него икру.

Существует и второй способ – когда на бутерброд из целого ломтика хлеба кладут икру, а затем ножом отрезают от него по небольшому кусочку, накалывают его на вилку и отправляют в рот.

Вы можете выбрать любой из предложенных способов.

Виноградные улитки (эскарго)

Улитки по-бургундски – моллюски в раковинах, фаршированные смесью сливочного масла, чеснока и трав, подаются в эскарготнице – круглом блюде с шестью или двенадцатью углублениями для раковин. К ним сервируют специальные щипчики, с помощью которых удобно держать горячие раковины в руке, а также особую вилку с одним или двумя зубцами и, возможно, ложку. Если раковины не очень горячие, то их можно брать пальцами.левой рукой берут раковину, а правой при помощи вилки извлекают мясо из раковины, а затем высасывают масло. Можно также положить мясо улитки на тарелку, полить его маслом из раковины и потом съесть улитку с помощью ложки. Еще проще дело обстоит, если улитки подаются уже вынутыми из раковин. В этом случае их просто накалывают на вилку.

Лягушачьи лапки

Если лягушачья лапка достаточно большая, то с нее следует срезать мясо с помощью ножа и вилки и, конечно, пользоваться приборами в деловой обстановке. А в приятельской компании мелкие лапки допустимо брать руками. В этом случае лапки отрывают друг от друга и съедают поочередно.

При этом лапку берут в руку за косточку, подносят ко рту и снимают нежное мясо с косточки зубами.

Спагетти

Итальянцы едят спагетти, спагеттини, капеллини и похожие виды пасты только вилкой, без помощи ложки. Всем остальным также следует этому научиться. Только дети накручивают спагетти на вилку правой рукой, держа ложку в левой руке. Чтобы аккуратно съесть это блюдо, необходимо заранее потренироваться, т. к. в формальной обстановке не следует разделять спагетти ребром вилки на небольшие кусочки, как это делают многие. Приподнимите вилкой не более двух-трех нитей и вращайте вилку большим и указательным пальцем, поддерживая вилку средним пальцем. Постарайтесь оставить короткие концы нитей, спускающиеся с зубцов вилки, и поднесите вилку к губам. Помните, что макаронные изделия ножом не разрезают.

Сыры

Правильное обращение с сыром зависит от его консистенции. Сыр-крем можно брать ложкой, а твердый сыр, к примеру пармезан, не поддается даже острому ножу. Если сыр подают нарезанным – его едят с помощью сервированных приборов. Если сыр подан целым куском, рядом кладут специальный нож для нарезки сыра (если подано несколько сортов сыра, то будет и несколько ножей, чтобы сырные ароматы не смешивались). Отрезанный кусочек сыра кладут на свою тарелку, а с нее, при желании, на хлеб, кекс или тонкое пече-

нье. Если кусочек сыра большой, его можно разделить на более маленькие кусочки как ножом, так и ребром вилки. Корочку есть не принято, хотя есть и исключения, к примеру, камамбер, шом ле кремье и т. п.

Когда подают ассорти сыров (всегда нечетное количество от пяти видов) последовательность дегустации следующая: начинают с сыров нежных сортов, а затем едят более острые, заканчивая «голубыми» сырами.

Омар (лобстер), лангусты, лангустины

Многие люди считают омаров самыми ценными из ракообразных, но лангусты и сумчатые крабы, по мнению экспертов, все-таки предпочтительнее.

В ресторане чаще всего омар подается уже разделанным и готовым к употреблению. Роскошный «Термидор» – блюдо из мяса омара в соусе из сливок, яичных желтков, горчицы и коньяка не первое столетие подают в самых дорогих ресторанах мира. Горячий омар приправляется растопленным маслом, холодный – специальным соусом. Из приборов подают нож и вилку. Если клешни подаются целыми, дополнительно сервируют специальную вилку для извлечения мяса из клешней.

Если панцирь не был расколот на кухне, к этому набору добавляются щипцы, при помощи которых следует расколоть панцирь, но лучше все же доверить эту процедуру работникам кухни.

Далее, отделив хвост ножом, съедают хвостовую часть.

Кусочки мяса отрезают ножом и, держа кусочек на вилке, обмакивают его в соус. Конечности омара разламывают руками. Если требуются значительные усилия, можно воспользоваться щипцами. Мясо выскребается из клешней вилкой, затем мясо можно разрезать ножом на более мелкие куски. С ножками поступают аналогичным образом – их ломают руками в области суставов. Мясо из этих трубчатых ножек или высасывают, или извлекают специальной вилкой. Икра и жир омара съедобны и очень вкусны. Зеленоватые части омара ни в коем случае не едят! К омарам полагается класть на стол тканевые полотенца или большие бумажные салфетки, а рядом с каждым прибором ставить чашу с водой для ополаскивания кончиков пальцев.

Лангусты и лангустины отличаются от омаров только размерами и отсутствием съедобных клешней. Их едят с помощью ножа и вилки.

Крабы

Крабов с крепким панцирем едят так же, как и омаров. Когда клешни крабов подают на закуску, то их берут за кончик, обмакивают в соус, а затем высасывают. Панцирные пластинки удаляют пальцами и складывают на край тарелки. Для вытирания рук на стол кладут увлажненные салфетки или ставят чаши с водой. Когда крабы подаются к столу в разделанном виде, их едят при помощи поданного прибора.

Креветки

Неочищенных креветок берут левой рукой за голову, а

правой переламывают затылочную часть. После этого панцирь отделяется от хвоста, а мясо оказывается в руках. Так поступают с несколькими креветками, потом вытирают пальцы и приступают к еде с помощью вилки.

Жареных по-восточному креветок (во фритюре с хвостами) берут за самый кончик хвоста пальцами или палочками, обмакивают в соус, откусывают, а кончик хвоста откладывают на край тарелки или в специальную посуду.

Коктейль из креветок, поданный в широком бокале на подстановочной тарелке, едят вилкой.

Мидии

Мидии, поданные на коктейльных шпажках, едят, держа за шпажку. Очень часто мидии подаются в том виде, в каком они были сварены, т. е. неочищенными. Важно, чтобы все раковины были раскрыты. К этому блюду подают небольшую устричную вилку. Если раковины поданы на общем блюде, то их берут с общего блюда с помощью ложки и кладут себе на тарелку. Чтобы извлечь мясо из раковины следует воспользоваться вилкой. Есть еще один способ, которым часто пользуются французы: створки одной раковины служат своеобразными щипцами, с помощью которых захватывают мясо из другой раковины.

Пустые раковины принято складывать на отдельную тарелку, а при ее отсутствии – на край своей тарелки. При подаче мидий иногда на стол ставят чаши для ополаскивания кончиков пальцев или подают небольшие влажные полотен-

ца.

Устрицы

В ресторане устриц подают открытыми, лежащими на битом льду на специальной тарелке или подносе. Также должна быть сервирована чаша для ополаскивания кончиков пальцев, десертная тарелочка с ломтиками лимона, возможно, мельница для перца. Устрицу берут левой рукой и с помощью режущей части устричной вилки отделяют несъедобную часть, после чего на устрицу капают немного лимонного сока или кладут чуть-чуть свежемолотого перца. Затем выпивают сок, образовавшийся в углублении раковины, и съедают тело устрицы или бесшумно высасывают устрицу из раковины вместе с соком. Тот, кто хочет насладиться ароматами, исходящими от устрицы, не проглатывает ее сразу, а жует, слегка прижимая языком к небу.

Соусы

Очень часто у посетителей ресторана возникают вопросы о том, как правильно есть блюда, подаваемые с соусом. На самом деле все очень просто. Соус может как входить в состав блюда, так и подаваться отдельно в соуснике. В первом случае следует есть поданное блюдо, но не подбирать остатки соуса, к примеру, кусочками хлеба. Во втором – соус наливают на тарелку с поданным блюдом, но никогда непосредственно на рыбу или мясо.

Существует еще один нюанс: важно отличать жидкие соусы от соусов-дипов (от англ. dip – погружать, окунать).

Главное отличие которых заключается в консистенции. В этом случае еду окунают в соус. Самыми распространенными соусами-дипами являются майонез, айоли (чесночная версия майонеза), сальса (соус, в составе которого преобладают томаты и чили), гуакомоле (пюре из авокадо, лука и чили). Дипом можно считать и классический раствор для фондю.

Овощи, зелень, фрукты

В этом разделе речь пойдет о продуктах, чаще всего подаваемых в ресторанах в качестве закуски, гарнира или десерта.

Артишоки

Полный объем артишока, который может достигать размеров крупного апельсина, и объем той его части, которая может быть употреблена в пищу, заметно отличается. Съедобны только нижние кончики листьев и середина. Сваренный по классическому рецепту артишок подается целиком на специальной или на обычной глубокой тарелке. К нему могут быть поданы несколько различных или же только один соус. Артишок держат в левой руке. Правой рукой отщипывают нижние листья, постепенно приближаясь к середине артишока. Кончики листьев, содержащие мякоть, окунают в соус и протаскивают между зубами. Несъедобную часть листа откладывают на тарелку для отходов. Таким образом, отрывая лист за листом, доходят до середины артишока, над которой находится так называемое «сено», т. е. комплекс

внутренних волокон цветка. Потом пальцы опускают в чашу для ополаскивания кончиков пальцев или протирают влажным полотенцем, берут вилку и нож, отделяют несъедобное «сено» от центральной части и приступают к этому деликатесу. Но современные повара готовят артишоки разными способами и в этом случае их всегда едят с помощью приборов.

Помидоры

Помидоры-черри за столом очень коварны. И оба способа их употребления требуют виртуозного исполнения. В первом случае попытайтесь очень аккуратно разрезать помидорку пополам, удерживая ее вилкой на тарелке. Во втором – положите в рот целую помидорку, но помните, что в момент раскусывания вы не должны разговаривать, иначе рискуете попасть в неловкую ситуацию.

Спаржа

Хотя крупные стебли спаржи до недавнего времени и допустимо было брать руками, держа за нижнюю несъедобную часть стебля и откусывать кусочек за кусочком, но в наше время гораздо удобнее воспользоваться вилкой, особенно если спаржа подана с соусом. Для отделения нежных верхних побегов от более твердого конца стебля вилку поворачивают ребром и разделяют спаржу на кусочки.

Капуста

Цветную, брокколи, брюссельскую капусту едят при помощи ножа и вилки. Если несколько венчиков соединены одной кочерыжкой, то от нее отрезают столько, сколько нужно.

Допустимо оставить кочерыжку на тарелке.

Картофель

Жареный или обсыпанный сухарями нарезают ножом. Отварной или запеченный картофель разделяют ребром вилки. Пюре едят с помощью ножа и вилки. Если картофель нарезан соломкой и он очень сухой, настолько, что его невозможно есть вилкой, можно брать рукой.

Листовые салаты

В большинстве случаев салатные листья едят вилкой, сворачивая их таким образом, чтобы было удобно есть. Если лист слишком упругий и его сложно свернуть, можно разрезать лист ножом. Листья салата могут быть поданы на отдельной тарелке, которую ставят с левой стороны, под тарелкой для хлеба. В этом случае их едят с этой тарелки, не перекладывая на основную.

Оливки, маслины

Оливки, маслины могут быть поданы и как гарнир, и как закуска для коктейля. В первом случае пользуются вилкой. Если плоды с косточками, их аккуратно выкладывают на вилку или вынимают изо рта пальцами и кладут на специальное блюдо или на край своей тарелки. Когда оливки или маслины нанизаны на шпажки и поданы к коктейлям, то, держа за шпажку, губами снимают с нее оливку или маслину, а пустые шпажки складывают на тарелку.

Зелень

Пряная зелень (петрушка, укроп, кресс-салат и т. п.) ис-

пользуется как гарнир или для украшения блюд. Как часть блюда зелень едят вилкой или берут руками, если она подана без соуса или приправы.

Авокадо, манго, папайя

Авокадо, манго, папайю (речь идет только о зрелых фруктах с нежной, как масло, мякотью) чаще всего подают разрезанными на кусочки в составе сложных десертов, которые едят десертным прибором. Если подают плод-соло, то его разрезают вдоль, косточку (косточки) извлекают, а мякоть едят ложкой, удерживая плод левой рукой. Можно разрезать плод на тонкие ломтики и есть его с помощью фруктового ножа и вилки.

Ананас

Если ананас подан маленькими кусочками в креманке – их едят ложкой, если нарезан кружочками – с помощью фруктового ножа и вилки. Сердцевину ананаса не едят, а вырезают ее с помощью ножа.

Арбуз, дыня

Если поданы на общем блюде, нарезанные дольками с кожей, их кладут на свою тарелку мякотью к себе и едят с помощью фруктового ножа и вилки. Если поданы маленькими кусочками в креманке – едят ложкой.

Ягоды

Если вишню или смородину, землянику, малину и т. п. ягоды подают в креманке, их едят с помощью поданного прибора. Если ягоды подают порционно с черешками или ча-

шелистиками, то, взяв ягоду за зеленую часть, кладут ее в рот. Придерживая ягоду во рту, веточку отрывают и кладут на тарелку. Вишневую косточку лучше аккуратно вернуть на ложку и переложить на край тарелки, потому что второй способ извлечения косточки, который рекомендует ряд экспертов по этикету – вместо ложки использовать кулак левой руки, мне кажется неприемлемым. Если смородина достаточно крупная, то с веточки отрывают по одной ягоде и кладут в рот. С мелкими ягодами поступают проще: всю веточку кладут в рот и зубами отрывают ягоды.

Виноград

Виноград принято срывать с небольшой грозди пальцами правой руки, удерживая гроздь в левой. Ягоды кладут в рот по одной. Если виноград с косточками, выбирайте один из двух способов избавиться от них, как и в случае с другими косточками.

Овощи, фрукты и зелень, выполняющие декоративную функцию

Современные повара стали в чем-то похожи на художников – иногда они так красиво оформляют блюда, что клиенты ресторана оказываются в затруднительном положении – можно ли есть такую красоту?

Существуют две противоположные точки зрения относительно обращения с овощами, фруктами и зеленью, выполняющими декоративную функцию и лежащими на тарелке для создания яркого цветного пятна. Одна группа экспертов

считает, что лучше не дотрагиваться до одинокого ломтика моркови, половинки клубники или листочка мяты. Их оппоненты утверждают, что все, лежащее на тарелке, при желании может быть съедено. Практика показывает, что побеждают представители второго лагеря, но, согласитесь, что, не съев половинку клубники или листик мяты, вы не много потеряете.

Конфеты

Не принято есть конфеты из коробки или с блюда, на котором они подаются. Надо выбрать конфету и, прежде чем ее съесть, положить на свою десертную тарелку или в розетку.

Мороженое

Шарики мороженого, как правило, подают в креманках, чаще всего стоящих на подстановочной тарелке, но отдельный шарик, входящий в состав десерта, может лежать на десертной тарелке. Соответственно, мороженое едят ложкой или вилкой. Мороженое отделяют от шарика, разминают, чтобы оно немного растаяло, и отправляют в рот. Следует брать небольшое количество мороженого, чтобы съесть сразу все содержимое ложки.

Если мороженое подают с вафлями или с печеньем, то вафлю или печенье берут пальцами и едят вместе с мороженым. Если вы не хотите печенья, то лучше положить его на край подстановочной тарелки. Если с мороженым подают кексы, маффины или капкейки, пользуйтесь вилкой и ложкой. Торт-мороженое также едят вилкой и ложкой, но може-

те воспользоваться одним из приборов.

Если мороженое украшено декоративными (несъедобными) элементами, их следует так же положить на край подставочной тарелки. Если на краю креманки «сидит» надрезанная вишенка или клубника и т. п. – ее можно съесть, а если это, к примеру, красиво срезанная цедра лимона – это предназначено только для украшения блюда.

Торты, пирожные, печенье, вафли и т. п.

В ресторанах торты и пирожные всегда подаются порционно. Бисквитные торты или пирожные, как правило, едят вилочкой для пирожных. Песочные, а также слоеные торты и пирожные едят с помощью ножа и вилки. Исключение может составлять «наполеон» – «тысячелистное», воздушно-легкое чудо французской гастрономии, не имеющее ни малейшего сходства с теми пирожными, которые предлагаются под этим названием во многих странах мира. Французский «наполеон» можно есть, отщипнув пальцами пару «листочков» и положить их на язык, где они тотчас же начнут таять.

Различные сухие пирожные или кексы едят руками, отламывая по кусочку. Пирожные, которые лежат на маленькой бумажной гофрированной салфетке, едят с нее. Экле-ры, пончики и подобные им изделия можно откусывать, держа в руке, или есть вилочкой для пирожных. Сухое печенье, вафли берут руками и едят, отламывая по кусочку.

Сложносоставные десерты

Такие десерты принято есть с помощью прибора, поданного к конкретному блюду.

Суфле, кремы, компоты и т. п.

Эти десерты всегда подаются в креманках, стоящих на подстановочной тарелке. Блюда едят десертной или чайной ложкой. Если подан компот из фруктов с косточками, рекомендую аккуратно вынимать их изо рта с помощью ложки и складывать на край подстановочной тарелки, а не в креманку. Не следует допивать из креманки остаток компота. Закончив с десертом, следует положить ложку на подстановочную тарелку, а не оставлять в креманке.

Приложение № 6.

Безалкогольные напитки

ЧАЙ

Чай – второй по популярности после воды напиток на Земле. Общеизвестно, что лучшим считается чай из Китая. Именно в этой стране производятся все известные сорта чая. Исторические памятники указывают, что чай был известен китайцам задолго до нашей эры, а такой срок употребления напитка явно свидетельствует о его целесообразности. По мнению и древних китайцев, и современных ученых, чай способствует очищению внутренних органов, бодрит или успокаивает (в зависимости от способа заваривания), снимает усталость, обладает дезинфицирующими свойствами, укрепляет иммунитет.

Китайцы считают, что чайное дерево вечно. Действительно, чайное дерево – долгожитель. Возраст самого древнего – 2700 (!) лет.

В Европе чай появился в начале XVII века благодаря португальцам, которые получали чай из китайских провинций. Чайный напиток на протяжении тысячелетий называли по-разному, а современное название сохранилось с V века н. э. и происходит от китайского слова «ча», что в переводе означает «молодой листок». Принятое в большинстве европейских стран название «ти» или «тэ» появилось в середине

XVII века от английских мореплавателей, которые впервые услышали его в южных провинциях Китая, откуда они доставляли чай в Великобританию.

Все многообразие видов чайных напитков определяется признаками классификации, основным из которых принято считать степень ферментации чайного листа (процесс окисления и брожения сока чайных листьев).

Основные виды чайных напитков:

- Зеленый чай – не ферментированный чай (листья обрабатывают по специальной технологии, чтобы не вызвать ферментацию). В зависимости от способа заваривания обладает тонизирующими или релаксирующими свойствами, дает ощущение свежести и поднимает настроение.

- Белый чай – слабоферментированный чай (листья высушиваются после небольшого подвяливания). Белый чай по степени ферментации (5–7 %) стоит на втором месте после зеленого чая. Белый чай вырабатывается только из верхней части флешей (первой почки и двух зачаточных листочков верхушки чайного куста). Этот чай собирают в течение одного-двух дней ранней весной до того, как распустятся все листья растения. Сборщики работают в специальной одежде и в белых перчатках, т. к. считается, что до нежных, покрытых белым ворсом листочков нельзя дотрагиваться пальцами. Китайцы говорят, что «белый чай пьют люди с голубой кровью», поскольку он относится к разряду одних из самых дорогих чаев в мире. Белый чай богат витаминами, укрепля-

ет сердечно-сосудистую систему и обладает антивирусными свойствами.

- Красный чай – нередко относят к категории черных чаев, но эксперты считают его вкус гораздо более тонким, чем у черного чая. Степень ферментации чайного листа находится в диапазоне от 45 до 60 %. Этот чай обладает противовоспалительным эффектом, выводит шлаки из организма, понижает уровень холестерина. Улун, или оолонг – полужермента-рованный чай, при переработке которого ферментации подвергается не весь лист, а только его края и небольшая часть поверхности (50 % ферментации). Этот вид чая считается «лекарством» для красоты и здоровья, способствуя похудению и выводу токсинов из организма.

- Черный чай (который, наоборот, иногда относят к разновидности красных чаев) – чайные листья подвергаются полной ферментации в течение от двух недель до одного месяца по традиционной технологии. Черный чай обладает тони-зирующими свойствами, благотворно влияет на ток крови и повышает работоспособность.

Отдельно следует сказать о чае пуэр, который существует в двух видах – шен и шу. История шен пуэра насчитывает более 700 лет. Некоторые виды пуэра запрещено выво-зить из Китая, т. к. они считаются национальным достояни-ем. Пуэр – самый дорогой чай в мире – 300 граммовая ле-пешка столетнего чая может стоить несколько десятков ты-

сяч долларов. Вслед за знаменитым врачом и фармакологом Ли Шичжэнем, жившим в XVI веке, китайцы называют чай пуэр «лекарством от ста болезней»: он очищает кровь, печень, уменьшает содержание холестерина в крови, избавляет от избыточного веса и пр. При этом молодой пуэр противопоказан гипертоникам, людям с различными заболеваниями желудочно-кишечного тракта и др.

Многие сорта чая получают купажируя чайные листья с травами, цветами, корнями и кусочками сушеных фруктов.

Некоторые сорта чая традиционно связывают вручную с помощью хлопчатобумажных нитей в различные формы, к примеру, шар – самая популярная форма в Китае, «веретено» и др.

Ароматизированные чаи и чаи с добавками могут содержать как растительные, так и фруктовые добавки. Если такие чаи сделаны по традиционной технологии с использованием натуральных ароматизаторов, они, в отличие от чаев с искусственными добавками, достаточно дороги. Одним из самых уникальных является чай, содержащий экстракт китайского женишеня, позволяющий насладиться незабываемым сладким вкусом без грамма сахара.

Листовой чай подают либо в фарфоровых чашках, стоящих на блюде (объем чашки от 150 до 200 мл), заполняя чашку на 2/3 объема, либо в специальной посуде без ручек в восточном стиле – небольших пиалах или стаканчиках (чем элитнее чай, тем меньше объем), выполненных из керамики

и других материалов.

КОФЕ

Слово «кофе» происходит от названия эфиопского региона Каффы – родины кофейного дерева. Любопытно, что африканцы готовили из зерен кофе кашу или смешивали толченные кофейные зерна с животным жиром, скатывая шарики, и только арабы догадались сушить, жарить и молоть кофейные зерна, а потом варить из порошка напиток, в который позднее стали добавлять тростниковый сахар. Напиток был известен в арабских странах очень давно, а европейцы узнали о существовании кофе только в XVII веке. Кофе в зернах впервые привезли в Европу венецианские купцы, которые покупали его у арабов.

Продажа кофе венецианцам была для арабов очень прибыльным бизнесом, и они строго следили за тем, чтобы ни одно живое зерно, пригодное для посева в землю, не попало в руки чужеземцев, продавая уже обжаренные бобы. Но в 1616 году одному из голландских купцов удалось выкрасть не зерна, а несколько саженцев кофейного дерева, которые сначала успешно прижились в Ботаническом саду Амстердама, а затем стали основой огромных плантаций кофе в голландских колониях на островах Индонезии.

Как всегда бывает с экзотическими товарами, сначала наслаждаться великолепным вкусом и ароматом могли только богатые люди, а теперь кофе различных категорий доступен

всем, но среди европейцев есть нации, которые просто жить без него не могут – это финны, шведы и итальянцы. По статистике финны и шведы выпивают от 5 до 8 (!) чашек кофе в день. Итальянцы «пьют» меньше, но, по всеобщему мнению, в Италии самый вкусный кофе, причем даже на автозаправке вам предложат правильно приготовленный напиток.

Много лет велись споры о пользе и вреде кофе для организма человека, но современная наука доказала, что при ежедневном умеренном употреблении натурального кофе (не более двух чашек в день) никаких отрицательных последствий не наблюдается. В кофе содержатся биологически активные вещества, эфирные масла, а также витамины, минералы и другие полезные вещества. Покупая кофе, рекомендуется выбирать обжаренные цельные и гладкие зерна. Любителям ароматизированного кофе следует понимать, что, к примеру, легкий аромат ванили может быть естественно-го происхождения, а сильный аромат шоколада, конечно же, искусственный.

Основные виды кофейных напитков:

- Эспрессо (от итал. espresso в свободном переводе – выраженный) – готовится в кофемашине, когда горячая вода под высоким давлением проходит через слой молотого кофе. Эспрессо принято подавать в чашках емкостью от 50 до 70 мл, но эспрессо всегда «недоливают», т. к. объем одной порции равен максимум 35 мл.
- Ристретто (от итал. ristretto – узкий, тесный, ограничен-

ный в пространстве) – по способу приготовления – эспрессо, но наиболее концентрированный и густой, т. к. на то же количество кофе воды берется вдвое меньше. Подается в самых маленьких чашках. Объем одной порции не более 20 мл.

- Капучино – эспрессо с добавлением молока, взбитого паром до образования объемной пены, принято подавать в чашках емкостью от 140 до 220 мл. Считается, что идея создания напитка принадлежит монахам-капуцинам и даже цвет напитка похож на цвет их одежды.

- Глясе (от франц. *glacé* – замороженный) – кофе с мороженым. Подается в высоких конических бокалах емкостью от 250 до 300 мл, стоящих на блюдце, с соломинкой и ложечкой для мороженого.

- Мокко – подается в высоком нагретом бокале емкостью от 200 до 300 мл, в который сначала наливают порцию шоколадного сиропа, затем добавляют горячее вспененное молоко и в последнюю очередь эспрессо, в результате чего сверху образуется тонкая молочная пенка. Любопытно, что название этому напитку дал йеменский порт Ал Моха, куда привозили зерна из Эфиопии – родины кофе, а позднее и выращивали поблизости.

- Фраппе (от франц. *frappé* – охлажденный) – смесь кофе с сахаром и небольшим количеством очень холодной воды, взбитая до образования пены. Подается в прозрачном стакане емкостью от 200 до 250 мл, наполовину заполненном колотым льдом.

- Латте – итальянцы называют этот напиток кофейно-молочный коктейль, т. к. изначально он был придуман для детей, чтобы они могли пить кофе вместе со взрослыми (от итал. latte – молоко). Уровень кофеина в напитке минимальный, поскольку соотношение кофе и молока 1:3. Подается в высоком бокале емкостью не менее 250 мл с соломинкой и ложечкой для сахара.

- Макиато – в максимально жирное вспененное молоко аккуратно добавляется горячий кофе. В результате получается трехслойный напиток с белой молочной «шапкой», на которой видно маленькое кофейное пятнышко (от итал. macchiato – пятно). Подается в высоком бокале емкостью до 300 мл с соломинкой и ложечкой для сахара.

- Американо – эспрессо, разбавленный водой (как правило, в соотношении 50:50) подают в чашках емкостью около 200 мл.

- Кофе по-восточному – готовят в специальной металлической посуде (джезве) со специями, используя чаще всего кардамон и (или) корицу. Напиток подают в небольших по объему (60–90 мл) толстостенных чашках демитассе (демитас).

- Кофе по-венски – американо с добавлением вспененных сливок и тертого шоколада, которым посыпают сливочную «шапку», подается в чашках емкостью от 200 до 300 мл.

- Кофе по-ирландски – с добавлением виски и сливок, подается в высоком бокале на короткой ножке, который назы-

вают «айриш-бокал», емкостью от 240 до 300 мл.

Чашки и бокалы для кофейных напитков могут иметь и другой объем, поскольку нет строго определенных параметров, но важно, чтобы посуда, в которой подан кофе, сохраняла вкус и аромат напитка.

ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД

История шоколада началась более 3000 лет назад. Известно, что индейцы майя из обжаренных зерен плодов дерева какао делали напиток «чоколатль», который придавал им силу и энергию.

Испанцы первыми из европейцев познакомились с горячим шоколадом. Существует несколько версий появления какао-бобов в Европе, но все они «испанского происхождения». Согласно одной из них напиток по рецепту американских индейцев первым приготовил Эрнан Кортес – испанский конкистадор, возглавивший в 1519–1521 годах завоевательный поход в Мексику, приведший к установлению там испанского господства. Конкистадоры оценили тонизирующие свойства напитка, но не считали его приятным на вкус. В конце XVI века в напиток стали добавлять мед, а позднее – сахар. Некоторое время испанцы хранили рецепт приготовления шоколада, но в XVII веке он становится популярным во всех королевских домах Европы благодаря французской королеве Анне Австрийской (испанки по происхождению).

Горячий шоколад принято подавать в специальной тонкостенной фарфоровой чаше емкостью до 200 мл с обязательным эскортом в виде негазированной воды в прозрачном бокале или (для чистоты стиля) в стакане, как на знаменитой картине Жана Этьена Лиотара «Шоколадница».

Приложение № 7.

Алкобольные напитки

КОНЬЯК

История

История коньяка неразрывно связана с окрестностями и с самим французским городом Коньяк региона Пуату-Шаранта. Коньяк – напиток исключительно этого региона, а все, что произведено вне этой территории, не имеет права именоваться коньяком на рынке и довольствуется общим названием бренди. Историки свидетельствуют, что уже в III веке н. э. римский император Марк Аврелий Проб дал галлам привилегию держать собственные виноградники для производства вина. В XII веке по указу графа Пуатье в регионе Пуату-Шаранта разбиваются крупные виноградники, получившие название «виноградники Пуату». Проходят столетия, торговля вином развивается, но через некоторое время на смену торговле вином приходит торговля бренди и дистилляция набирает темпы. К XVII веку виноделы Коньяка начали применять двойную перегонку, позволявшую получать более концентрированный спирт, пригодный для более длительного хранения. Его разливали в дубовые бочки, и спустя какое-то время производители спирта случайно заметили, что находящийся в бочках спирт приобретает совершенно необыкновенный вкус и аромат. Они оценили этот новый

продукт и начали употреблять его сами и активно продавать.

Технология производства

В общих чертах традиционная технология производства коньяка такова: сначала из собранных отборных сортов белого винограда (основные сорта – Уни Блан, Коломбар и Фоль Бланш) с помощью специальных прессов выжимается сок. После того, как примерно в течение месяца произойдет сбраживание сока, получают молодое сухое белое вино. Далее наступает важный этап – первая перегонка, которая осуществляется в специальных медных емкостях, стойких к воздействию винных кислот. Вторая перегонка заключается в том, что спирт-сырец медленно и аккуратно вторично перегоняют в течение 12 часов. Полученный в результате спирт крепостью от 68 до 72 градусов в дальнейшем выдерживается, и именно этот этап считают решающим для достижения напитком максимального качества.

Спирты выдерживают в дубовых бочках в среднем от 3 до 25 и более лет, а эксклюзивные напитки выдерживают более 80 лет (в этом случае крепость может упасть меньше 40 %, и тогда производителям надо получать специальное разрешение на выпуск коньяка меньшей крепости). Качество бочек имеет колоссальное значение, т. к. в коньяках содержится от 500 до 2000 компонентов и все они переходят в спирт от дуба. Бочки по-прежнему изготавливают вручную из стволов 80-летних дубов, растущих в лесах Лимузена и Тронсе. В процессе выдержки коньяк стареет в нескольких видах бо-

чек, начиная с самых молодых, далее среднего возраста и, наконец, в самых старых, и за это время через поры дерева из бочек испаряется некоторое количество спирта, которое мастера погребов называют *part des anges* («долей ангелов»). После того, как спирт «созрел», начинается процесс купажирования (смешивание спиртов разной выдержки, разных урожаев и разных виноградников) для достижения наиболее разностороннего вкуса.

На последнем этапе содержание спирта в напитке понижают до 40 %, доливая в него дистиллированную воду и добавляя небольшую дозу карамели, чтобы придать коньяку насыщенный цвет. Дело в том, что на «выходе» из последней бочки коньяк в основном имеет слабый янтарный цвет и его цвет в бутылке зависит только от концентрации карамели. Просто молодые спирты до 7 лет выдержки темнеют недостаточно и их приходится докрашивать, но присутствие карамели почти не влияет на вкус напитка. На последнем этапе спирты, которым уже не рекомендуется находиться в бочке, переливают в стеклянные бутылки, укупоривают и помещают в удаленные места погреба – так называемое «райское» место (франц. – *paradis*), где они могут храниться в течение многих десятилетий.

Классификация

Ниже представлены наиболее распространенные категориальные обозначения, хотя по каждому сроку выдержки или счету, как говорят профессионалы, их гораздо больше. Важ-

но отметить, что реально контролируются только возрасты V.S (коньяки, имеющие минимальную выдержку не менее 2 лет), V.S.O.P (коньяки, имеющие выдержку не менее 4 лет) и X.O (коньяки с возрастом не менее 6 лет). Более старые коньяки не контролируются.

Каждая из этих категорий имеет много других маркетинговых названий (к примеру, de Luxe, Vieux, V.O, Royal и др.). Некоторые из них используются часто, а некоторые только одним-двумя домами. Молодые коньяки часто называются Selection, постарше – Reserve, а совсем старые – Extra, Reserve de la Famille, Hors d'Age. Часто в линейке дома между V.S.O.P и X.O находится коньяк категории Napoleon, который иногда принимают за бренд коньяка, хотя это лишь указатель марки в классификации по времени выдержки входящих в купаж компонентов.

Великие коньячные дома:

- Frapin – коньячный дом, история которого уходит в 1696 год, предлагает традиционную ручную работу за не слишком высокую цену. Средняя выдержка спиртов в линейке около 20 лет.

- Rémy Martin – дом, существующий с 1724 года, – один из известнейших и крупнейших французских коньячных домов. Занимает второе место после Hennessy по продажам коньяка в мире.

- Martell – дом, созданный в 1755 году замыкает тройку лидеров по производству коньяков в мире. Основная ли-

нейка почти неизменная во главе с знаменитым «сигарным» Martell Cohiba.

- Hine – дом, основанный в 1763 году. Коньяки этого дома светлее большинства других коньяков и в них меньше чувствуется дуб, в бочках из которого выдерживается напиток, а больше – ароматы фруктов, растущих по берегам реки Шаранты. Коньячный дом Хайн известен как производитель миллезимных, или винтажных, коньяков (с указанием года урожая).

- Hennessy – дом, основанный в 1765 году, до сих пор остается символом региона и лидером по продаже коньяков в мире. Классика дома – Х.О – неизменный с 1870 года.

- Chabasse – семейный дом, существующий с 1818 года. Как и у Frapin, средняя выдержка спиртов в линейке около 20 лет.

- Delamain – один из лучших коньячных домов, созданный в 1824 году, основная линейка которого начинается там, где у многих домов заканчивается – с 25-летнего Х.О и доходит до 60-летнего Reserve de la Famille крепостью 43 %, получающейся естественным путем, т. к. именно до такого градуса за 60 лет выдыхается в бочке 100 % коньячный спирт. Один из трех коньячных домов, имеющих право производить винтажные коньяки.

- Courvoisier – дом, основанный в 1835 году. Знаменит вниманием королевских персон от Наполеона Бонапарта, посетившего склады Эммануэля Курвуазье в 1811 году и оце-

нившего качество коньяков, до Наполеона III, при котором коньячный дом стал официальным поставщиком Французского Императорского двора.

- Tesserop – молодой (существует с 1905 года) оригинальный коньячный дом, у которого вместо привычной классификации используется система лотов. К примеру, линейка X.O представлена рядом лотов, среди которых Lot № 76, что означает, что в купаже преобладают спирты 1976 года.

В чем подавать

До недавнего времени традиционным бокалом для коньяка считался «снифтер» (от англ. sniff – нюхать), похожий на грушу широкий бокал с зауженным верхом и короткой ножкой, емкостью 180–240 мл. Такой бокал долго держали в ладони, согревая коньяк, вращали напиток и наслаждались ароматами. (Французский драматург Жан-Клод Бриувиль написал пьесу «Ужин», где Талейран обучает пить коньяк министра Фуше. Там есть весьма достойная сцена. «С вашего позволения, коньяк так не пьют, – говорит дипломат. – Взгляните, пожалуйста. Вы берете бокал, греете в ладони, слегка вращаете, чтобы влага источала аромат. Потом подносите к губам, вдыхаете...». Фуше поднимает брови: «А дальше?» Талейран удивляется: «Дальше? Ставите на стол».)



Но теперь дегустаторы считают, что снифтер крадет много тонких ароматов и подчеркивает алкоголь, поэтому лучше всего для раскрытия ароматов, содержащихся в коньяке, подходит более узкий бокал в форме тюльпана, емкостью около 140 мл на сравнительно высокой ножке. Такой бокал принято держать за ножку, вращая коньяк по стенам чаши, чтобы он активно соприкасался с кислородом, и наслаждаться ароматами, вдыхая их через достаточно узкий «выход» бокала.

Но снифтер по-прежнему часто используют при сервировке. Какой бы из бокалов не был выбран, наполнять их коньяком следует максимум до самой широкой части бокала. Главное – чтобы великолепный алкоголь доставлял наслаждение не только вкусом, но и ароматом. Многие этого не понимают, а жаль!

Температура подачи

Коньяк всегда подают при комнатной температуре. Не принято ни подогревать, ни охлаждать коньяк любыми способами.

С чем сочетается

Традиционно считается, что коньяк сочетается только с шоколадом, кофе и сигарой. Но, честно говоря, и шоколад, и тем более горячий кофе «убивают» и аромат, и вкус коньяка. Знатоки считают, что в паре с коньяком достойно выступает только сигара (сначала коньяк, затем сигара). Жители Коньяка самым популярным аперитивом считают сочетание молодого коньяка (V.S или V.S.O.P) с тоником. Время меняет вкусы, и на исторической родине напитка появляются смельчаки, не только сочетающие коньяк с фруктами, но и более того – бросающие кусочки фруктов в коньячный бокал, образуя «компот» (так называемый «напиток холостяка»), и приводящие в шоковое состояние истинных ценителей. По мнению экспертов, молодые коньяки хорошо сочетаются с устрицами и морскими гребешками, икрой, а более выдержанные – с сырами (за исключением сыров с сильным запахом), печеночным паштетом и десертами в виде кофейных, ореховых и шоколадных муссов, сливочного суфле и классической шарлоткой. А для самых смелых предлагается сочетание коньяка с сочными сладкими фруктами, к примеру, персиками, но не в виде «компота».

ВИСКИ

История

Национальный напиток шотландцев по-гельски (на языке кельтов) называется uisce beatha («вода жизни»), что очень напоминает знакомое латинское aqua vitae.

Первыми приготовлением виски (исключительно как лекарства) занялись монахи. В реестре шотландского казначейства от мая 1494 года черным по белому записано: «Доставлено 8 мер ячменного солода брату Джону Кору для приготовления «воды жизни». В 1579 году парламент Шотландии принял закон, согласно которому производить напиток могли только дворяне. В результате местные фермеры стали производить виски подпольно. Позднее английское правительство ввело монополию на производство виски, но восемь легальных винокурен не могли обеспечить требуемое количество напитка, поэтому в 1823 году англичане узаконили мелкие предприятия и снизили налоги на производство.

В Ирландии (где принята не двойная, а тройная дистилляция спиртов) исторически сложилось так, что название напитка пишут, добавляя букву «е» – whiskey (слово существует с 1870-х годов).

Процесс производства на всех шотландских винокурнях одинаков, но вкус всегда бывает разным из-за влияния таких факторов как вода, размер и форма перегонных медных кубов и фирменная смесь дрожжей. Сначала ячменное зерно обезвоживается в дыму древесных стружек и торфа, превра-

щаяся в солод, а затем сусло подвергается двойной дистилляции. Для разбавления виски до 40 градусной крепости используют мягкую воду горных ручьев.

По законам Соединенного Королевства шотландский виски – это зерновой дистиллят, произведенный и выдержанный в дубовых бочках на территории Шотландии не менее трех лет. Если выдержка происходила вне пределов Шотландии или длилась хотя бы на день меньше трех лет, то этот продукт не имеет права называться шотландским виски.

Классификация

Существует два наиболее распространенных (но не единственных – есть, к примеру, pure malt) метода производства виски, в результате которых появляется односолодовый (single malt) и смешанный (blended) виски. Односолодовый виски производят в Шотландии более 500 лет, а смешанный начали производить во второй половине XIX века для обеспечения единого вкуса и качества для конкретной марки виски. Именно за счет купажирования этот напиток обеспечил себе огромный успех и популярность во всем мире. Blend производят путем смешивания от 15 до 40 сортов солодового виски, произведенных на различных винокурнях, и двух-трех сортов зернового виски. Несмотря на настойчиво рекламируемые марки, истинные ценители напитка не обратят на них внимание, а будут искать известные им Macallan, Bowmore или Highland Park с Оркнейских островов.

В чем подавать

Традиционно шотландцы добавляют в виски кубики льда, а ирландцы предпочитают пить виски неразбавленным. В любом из вариантов виски пьют из фирменных tumbler – невысоких массивных стаканов емкостью 200 мл с толстым дном, наполняя их не более чем на одну треть, но эксперты рекомендуют подавать виски в специальном бокале с короткой ножкой или в тюльпанообразном бокале для коньяка.



Температура подачи

Хороший виски подают при комнатной температуре, не охлаждая напиток, т. к. все ароматические соединения летучи, а низкая температура уменьшает выделение аромата.

С чем сочетается

По мнению знатоков, виски может быть подан с определенными сортами рыбы, моллюсками, дичью, а также с раз-

личными суши.

РОМ

История

Ром – напиток, который ассоциируется с пиратами и авантюристами, но и законопослушные граждане с удовольствием его употребляют. Более того, даже дети не откажутся от пропитанного ромом пирожного.

Историки считают, что сбраживаемые напитки из сока сахарного тростника впервые стали изготавливать в древней Индии, потом ром распространился в арабские страны, а дальше – на Мадейру и Канары, но традиционно родиной рома принято считать Карибские острова. Лучшие сорта производят из сока сахарного тростника первого отжима, а не из патоки, оставшейся после отжима сока сахарного тростника. И именно такой ром называют «сельскохозяйственным» (agricole).

Технология производства

В общих чертах традиционная технология производства рома такова: сначала обожженные дубовые бочки наполняют выгнанным из тростника спиртом, устанавливают их в форме пирамиды и соединяют между собой шлангами. В верхнем ярусе – самый молодой дистиллят, в нижнем – самый старый. Как говорят мастера купажа, «молодые спирты делаются со старыми своей энергией и силой, а старые спирты оставляют отпечаток своей мудрости и опыта». Затем ром

выдерживают в бочках из-под виски и, наконец, последние несколько лет в бочках из-под французского коньяка.

Классификация

Помимо деления на «сельскохозяйственный» и «несельскохозяйственный», ром делят по цвету на светлый (обычно используется в коктейлях), золотой и темный, которые используются как в коктейлях, так и в кулинарии. Большую часть мирового рома производят на Карибах и в Южной Америке.

Основные бренды:

- Bacardi (Пуэрто-Рико).
- Captain Morgan (Ямайка – производство, Великобритания – розлив).
- Appleton Estate (Куба).
- Ocumare (Венесуэла).
- Ron Barcelo (Доминиканская Республика).

Одним из лучших считается гватемальский ром Zасара, который относят к разряду «сельскохозяйственный». А также Brugal – ром номер один на Карибах. Забавно, но с рекламными щитами Brugal в Доминиканской Республике конкурируют только портреты кандидатов в президенты. Самый роскошный – Brugal Siglo de Oro («Золотой век») выдерживают 8 лет в бурбонных бочках, затем отбирают и смешивают лучшие из полученных спиртов и снова отправляют в восьмилетнее заточение.

В чем подавать

Ром принято подавать в широких толстостенных стаканах с толстым дном емкостью 250 мл, называемых «олд-фэшн», похожих на стакан для виски, но еще более массивных, заполняя их максимум на одну треть. По мнению экспертов, для рома больше подходит тюльпанообразный бокал, который сервируют для коньяка.



Температура подачи

Ром подают при комнатной температуре. Ром длительной выдержки употребляется неразбавленным или как виски – со льдом.

С чем сочетается

Неплохой компанией для рома будет нежирная мясная закуска, а также свежие фрукты: цитрусовые, ананасы, бананы

и дыня.

ШАМПАНСКОЕ

История

Несмотря на то, что шампанское является одним из самых популярных напитков, достигая под Новый год пика своей популярности, история создания напитка точно неизвестна. С уверенностью можно сказать лишь, что культивирование виноградной лозы началось в Шампани со времен римлян, что первое шампанское появилось в городке Аи из винограда, собранного с одноименного виноградника, и что свой вклад в создание шампанского внесли многие.

Так, к примеру, французский монах-бенедиктинец Пьер Периньон открыл секреты купажирования и первым предложил разливать вино в бутылки с пробками из коры пробкового дуба и закреплять пробку промасленной веревкой, позднее превратившейся в металлическую оплетку (мюзле), что позволяло удерживать углекислый газ, который до этого изобретения взрывал бутылки (с приходом весны в бутылках начинался процесс повторной ферментации), и из-за этого вино называли дьявольским. Французский аптекарь Франсуа из Шалона, используя английский «рецепт» изготовления прочного стекла, изобрел существующую до наших дней бутылку специфической формы из темного толстостенного стекла, а чуть позднее свой вклад в историю шампанского внесла баронесса Барба-Николь Клико-Понсарден – зна-

менитая вдова Клико, создавшая совместно с мастером ее погребов Антуаном Миллером технологию ремюажа, позволившую в короткие сроки делать напиток прозрачным. Завершил совершенствование технологического процесса винодел Виктор Ламбер, который в 1874 году разработал технологию ферментации, в результате чего появился знаменитый брют – очень сухое шампанское, ставшее самым популярным сортом в мире.

География

Шампанское – самый торжественный вариант алкоголя. Все торжественные события в жизни отмечаются с шампанским. Вот они, греющие душу каждого француза, слова: «Une coupe, s'il vous plaît». Куп. Бокал шампанского. Шампанским принято называть только оригинальные напитки из провинции Шампань, расположенной на северо-востоке Франции с центрами Реймс и Эперне, сделанные по традиционной технологии, а не все виды игристых вин.

Прохладный климат Шампани в сочетании с известковыми почвами создают терруар, идеальный для получения лучших в мире игристых вин. Севернее этой территории для качественного виноделия виноград не возделывают.

Любопытно, что из сотен находящихся на территории Шампани домов шампанских вин, только несколько имеют свои виноградники, остальные скупают у индивидуальных владельцев виноградников их урожай для собственного производства. Виноградники Шампани занимают площадь око-

ло 26 тысяч гектаров.

Технология производства

В общих чертах традиционная технология производства шампанских вин такова: сначала урожай определенных сортов винограда (при производстве чаще всего используется ассамблирование – соединение разных сортов винограда) собирают вручную, далее виноград как можно скорее доставляют к прессу, в котором ягоды давятся очень нежно, не допуская контакта между кожицей и соком винограда во избежание окрашивания последнего. Удивительно, что белое шампанское производится из $\frac{2}{3}$ черного и лишь $\frac{1}{3}$ белого винограда.

Затем начинается этап первичного брожения, для чего сок сначала помещают в деревянные бочки, а после этого будущее вино смешивают с сухими винами различной выдержки и переливают в бутылки (добавляя дрожжевые бактерии и сахар), в которых происходит вторичное брожение, благодаря чему в шампанском появляются пузырьки, которые образует углекислый газ, растворяясь в вине. Через два-три месяца все дрожжи «отрабатывают свое» и начинают выпадать в осадок (минимальная выдержка вина «на осадке» – 12 месяцев, но некоторые производители выдерживают свои вина «на осадке» не менее 5 лет, а иногда и более). Осадок концентрируется у горлышка бутылки с помощью ремюажа – очень медленного переворачивания бутылки из горизонтального положения в положение горлышком вниз, а за-

тем по специальной технологии осадок удаляется из бутылки (этот процесс называется дегоржаж). Потери объема после удаления осадка восполняются специальным ликерным вином. С его помощью компенсируют естественную кислотность шампанского.

После всех необходимых процедур шампанское «отдыхает», отлеживаясь в темноте подвалов при температуре 10 °C и только затем «видит свет», хотя производители настоятельно рекомендуют не торопиться дегустировать его, а подождать еще некоторое время.

Классификация

По виду шампанское делят на немиллезимное, или невинтажное (*Sans Année*), – ассамбляж вин разных лет из различных сортов винограда (обычно от одного до трех разрешенных для производства шампанского сортов) и миллезимное (*Champagne Millèsimè*), или винтажное (*Vintage*), – ассамбляж вин одного года.

Большинство производимого шампанского (около 80 %) относится к первой категории и объясняется это тем, что хорошие по урожайности годы в связи с прохладным климатом в Шампани бывают нечасто (в течение десятилетия по статистике бывает не более четырех урожайных лет), поэтому производители всегда оставляют вино хорошего урожая, чтобы позднее использовать его в купаже в неурожайные годы, для сохранения достойного качества производимого напитка.

О тщательности отбора говорят цифры: 20 % урожая в неудачный год может быть забраковано на стадии сбора винограда, 50 % отжатого сока может быть продано другим компаниям, до 20 % вина может быть устранено после первичного брожения.

На этикетках бутылок невинтажного шампанского год урожая не обозначается, а в названии указывается на содержание сахара в вине. На этикетках миллезимного шампанского указан год выпуска, когда вина одного урожая отличаются выдающимися качествами.

По содержанию сахара выделяют следующие категории:

- Extra Brut (Non-dosage, Ultra Brut, Sans Sucre, Brut Sauvage) – содержание сахара менее 6 г/л.
- Brut – содержание сахара менее 15 г/л.
- Extra Sec – содержание сахара до 20 г/л.
- Sec – содержание сахара до 35 г/л.
- Demi-Sec – содержание сахара до 50 г/л.
- Doux – содержание сахара более 50 г/л.

Кроме того, существует специальное шампанское – De luxe cuvée (Cuvée de prestige, Cuvée speciale) – самые лучшие вина, изготовленные из лучшего винограда, с особо тщательным соблюдением технологии, имеющие собственные названия, к примеру, у Louis Roederer это Cristal, а у Moët&Chandon это Dom Pérignon.

Сорта винограда

Классификация может быть и по сортам винограда, из которого производят шампанское:

- Champagne «Blanc de blancs» («белое из белых») производят из винограда Шардоне (Chardonnay) – сорт, происходящий из Бургундии и придающий вину особую тонкость, элегантность и сбалансированность.

- Champagne «Blanc de noirs» («белое из черных») производят из сортов Пино Нуар (Pinot Noir) – так же происходит из Бургундии, придает вину крепость, плотность и стабильность, и Пино Менье (Pinot Meunier) – основной сорт, культивируемый в Шампани, придающий вину свежие и живые нюансы.

- Champagne Rosé (розовое шампанское) в основном производят, виртуозно смешивая белые и красные вина в пропорции, которую определяет каждый дом шампанских вин. Цвет розового шампанского может варьироваться по интенсивности, но, по мнению экспертов, чем бледнее цвет, тем выше качество шампанского. Розовое шампанское производят не все дома шампанских вин, и оно всегда стоит дороже.

К числу лидеров эксперты относят 26 домов шампанских вин, входящих в Синдикат элитных марок шампанского (SGMC). Чтобы определить, относится ли шампанское к этой группе, следует присмотреться к нижней части этикетки, где мелким шрифтом должны быть написаны буквы NM (négociant-manipulant – негоциант-винодел, являющийся-

ся членом Института неgociантов Шампани).

Великие шампанские дома:

- Ruinart – старейший в мире дом шампанских вин. Начав свою историю с 1729 года, до сегодняшнего дня считается лидером по популярности производимого шампанского.
- Moët&Chandon – в течение более чем 270-летней истории (дом основан в 1743 году) поддерживает семейные традиции и неизменно высокое качество.
- Lanson – дом, основанный в 1760 году, покоривший рынки большинства европейских стран и присутствующий на всех пяти континентах, с середины XIX века официальный поставщик английского, шведского и испанского Дворов. Входит в пятерку крупнейших винных домов Шампани.
- Veuve Clicquot – дом, история которого уходит корнями в 1772 год. Дом, хозяйка которого навсегда вошла в историю виноделия. Одно из самых популярных шампанских вин – его знаменитую ярко-оранжевую этикетку, которую нарисовала лично вдова Клико, знают во всем мире.
- Gosset – история дома начинается с 1584 года, когда винодел Пьер Госсе начал производить в своем поместье «спокойные» вина, а с XVIII века эти вина стали производить «шипучими». Сегодня шампанское Gosset по-прежнему выдерживается в дубовых бочках и затем разливается в старинные бутылки XVIII–XIX веков. Его любят и ценят во многих странах мира. Gosset всегда есть в винной карте лучших ресторанов Франции и за ее пределами.

- **Laurent-Perrier** – известнейшее имя в мире шампанского. Дом, основанный в 1812 году, переживший и взлеты, и падения, но сумевший сохранить высокое качество своей продукции.

- **Mumm** – знаменитый дом, основанный в 1827 году, на протяжении почти двух столетий постоянно стремится к совершенству, повторяя слова одного из основателей – Георга Мюмма: «Только лучшее».

- **Bollinger** – дом, основанный в 1829 году и с тех пор остающийся в тройке лидеров по производству шампанского. Бо-ланже, пожалуй, самое кинематографическое шампанское – продукцией этого дома на протяжении многих десятилетий наслаждается на экране непобедимый агент 007.

- **Louis Roederer** – в 1833 году Луи Редерер получил в наследство дом шампанских вин, созданный его дядей в 1776 году. Он назвал его своим именем и занялся развитием производства и торговлей. Как оказалось, очень успешной. А когда в 1876 году российский император Александр II упрекнул сына основателя компании в том, что подаваемые к его столу бутылки ничем не отличаются от остальных, появилось знаменитое шампанское **Cristal** – в прозрачных (не традиционно темных) хрустальных бутылках с плоским «графинным» дном.

- **Deutz** – дом, имеющий свой «кусочек» престижнейшего виноградики и роскошную штаб-квартиру в Аи, был основан немцем Вильямом Дойцем в 1838 году. Отличитель-

ной чертой этого дома является выдержка шампанского «на осадке» от 30 месяцев до 8 лет.

- Krug – одно из самых престижных и дорогих шампанских в мире. Дом с 1843 года жестко придерживается старинной технологии производства напитка, выдерживая вина в дубовых бочках не менее 6 лет. Самым престижным считается Clos d’Ambonnay, которого производят не более 3 тысяч бутылок в год.

- Pommery – легендарный дом, основанный в 1858 году и выпустивший шампанское категории «брют», которое с 1871 года остается визитной карточкой дома уже 150 лет.

- Canard-Duchêne – дом, основанный в 1868 году, бывший официальным поставщиком Российского Императорского двора, поэтому на этикетке шампанского помещен герб русских царей с двуглавым орлом и знаменитая сабля, т. к. только здесь до наших дней сохранился эффектный способ откупоривания бутылки шампанского лихим ударом сабли, называемый «сображ».

Статистика

Первое место в мире по потреблению дорогого шампанского занимают азиатские страны, в т. ч. Япония. Существует любопытная статистика годового потребления du Vin de Champagne: во Франции – 3 бутылки на одного, в Великобритании – 1 бутылка на двоих, в Италии – 1 бутылка на семерых, в США – 1 на 20 человек, а сколько россиян делят

одну бутылку настоящего шампанского, статистика умалчивает.

В чем подавать

Раньше было принято подавать шампанское в широком плоском бокале, называемом coupe de champagne, но со временем эту форму сочли неподходящей из-за того, что она не сохраняет пузырьки и аромат вина, поэтому напиток теряет свое очарование. Хотя и сейчас такие бокалы нередко используются для сладкого шампанского.

После этого шампанское стали подавать в высоком узком бокале из гладкого хрусталя или стекла с длинной ножкой, называемом «флейта» (champagne flûte), чтобы находящийся в напитке углекислый газ как можно медленнее уходил из бокала. Емкость такого бокала может варьироваться от 230 до 340 мл.



Некоторые эксперты считают, что для определенных типов и возрастов шампанского наилучшим является вытянутый, но чуть расширяющийся кверху бокал (grand champagne), на дне чаши которого имеется специальное углубление для устойчивого перляжа – игры пузырьков. Но на сегодняшний день ведущие дома шампанских вин продолжают считать классический бокал champagne flûte наиболее подходящей формой для большинства шампанских вин.

Энологи подсчитали, что в среднем в одной бутылке шампанского содержится не менее 50 миллионов пузырьков. Считается, что чем выше качество шампанского, тем нежнее должно ощущаться присутствие во рту пузырьков и тем дольше они будут подниматься со дна бокала.

Бокал для шампанского принято наполнять, держа на весу, наливая вино по краю наклоненного бокала. Все другие виды напитков (и алкогольных и безалкогольных) наливают в стоящие на столе емкости. Бокал для шампанского держат за ножку и никогда не наполняют полностью – максимум на две трети объема, внимательно следя за тем, чтобы пена не поднималась выше края бокала.

Температура подачи

Шампанское подают всегда охлажденным. В зависимости от типа и возраста напитка, температура может колебаться от 8 до 12 °С. Невинтажное шампанское лучше всего раскрывает свой букет при температуре 8–10 °С, а шампанское, на

этикетке которого указан год сбора урожая, – при температуре 10–12 °С, при этом при подаче вина важно учитывать, что в процессе употребления шампанское успевает нагреться еще на 2–3 °С.

Когда гости ресторана заказывают целую бутылку, ее подают лежащей в металлическом ведерке с водой и колотым льдом. И после откупоривания бутылки, если она не разливается сразу до дна, ее оставляют в ведерке для того, чтобы шампанское не нагревалось, закрывая специальной пробкой. В домашних условиях так же лучше охлаждать бутылку в ведерке с водой и колотым льдом, а не в холодильнике. Чтобы охладить шампанское комнатной температуры до 8–9 °С, необходимо около часа держать его в ведерке со льдом, не забывая подливать холодную воду.

Правила откупоривания бутылки шампанского

Во-первых, с пробки бутылки снимают оболочку из фольги, далее, освобождают пробку от мюзле, а затем, удерживая пробку одной рукой, другой поворачивают бутылку, держа ее под углом около 45 градусов. Если бутылка сырая, ее следует обернуть салфеткой. При выдвигении пробки из горлышка бутылки ее необходимо слегка придерживать, не давая возможности «выстрелить», т. к., откупоривать бутылку следует бесшумно. При правильном откупоривании бутылки вместе с видимым летучим белым «дымком» должен ощущаться аромат шампанского.

С чем сочетается

В зависимости от содержания сахара, цвета и срока выдержки шампанское можно сочетать с множеством разнообразных блюд, к примеру, с рыбными блюдами (тюрбо или морской язык в соусе, слабокопченый лосось, а также с речной рыбой, приготовленной с небольшим количеством приправ), блюдами из морепродуктов (особенно лангустинами), черной икрой, блюдами из птицы, фуа-гра с гренокками, пастой под мясным соусом, легкими сырами, обладающими тонким вкусом и ароматом, с некоторыми десертами (фруктово-ягодными пирожными, ореховыми тортами, миндальным печеньем) и фруктами (клубникой, дыней, ананасами). Верно выбранное шампанское может в течение всего праздничного ужина быть приятным спутником от закусок до десерта.

Также важно перечислить, с чем шампанское категорически не сочетается: с цитрусовыми (как и коньяк), пахучими сырами, слишком солеными или слишком сладкими блюдами, блюдами с пряными травами и чесноком, горьким шоколадом и кофе.

Кроме того, существует так называемое французское игристое не из Шампани – всевозможные региональные *crémant* из Бургундии, Эльзаса и долины Луары. Эти вина не так изысканны, как шампанское, зато привлекательны по цене. Европейские производители неоднократно делали попытки составить французам конкуренцию, в результате чего появились испанская сава и многочисленные итальянские *frizzante*, *spumante*, *lambrusco* и популярные, но гораздо бо-

лее простые asti и prosecco. Старания эти к победе не привели, и французы по-прежнему остаются законодателями мод в области игристых вин.

ВИНОГРАДНЫЕ ВИНА

Как приятно жарким летним днем посидеть на тенистой веранде с видом на воду и медленно выпить бокал хорошего белого вина! Но не менее приятно холодным зимним вечером, сидя в уютном ресторане, съесть отличный говяжий стейк и выпить бокал хорошего красного вина.

Обратите внимание, что белое вино считается самостоятельным напитком, который можно заказывать без «сопровождения», а красное вино считается напитком гастрономическим, и оно обычно сопровождает порцию еды. Хотя в наши дни на первый план выходят не традиционные правила, а желания клиентов ресторана.

История

Считается, что древнейший предок современного винограда существовал уже более ста миллионов лет назад, а виноградная лоза, рожающая вино, появилась в восьмом тысячелетии до н. э. По вопросу, где впервые она появилась, мнения расходятся. На роль родины виноградной лозы претендуют и Греция, и Италия, и Франция, и Египет, и Иран, и другие страны. Из столь обширной «географии» можно сделать вывод о том, что виноградарство было распространено на многих территориях.

Пожалуй, только вино из всех пищевых продуктов может похвастаться столь богатой и противоречивой историей, и едва ли среди множества продуктов, употребляемых человеком, найдется еще такой, отношение к которому менялось бы так часто и категорически, как к вину.

В Древней Греции пили вино, обязательно разбавляя его наполовину водой, а правитель Спарты легендарный Ликург вообще считал, что употреблять вино могут только рабы, а свободным гражданам было в этом отказано.

Вино часто называют «божественным напитком», возможно, потому, что многие боги либо покровительствовали вину, либо благосклонно воспринимали его подношение им (в Древнем Египте – Осирису, в Древней Греции – Дионису, в Древнем Риме – Бахусу).

Подсчитано, что в Священном Писании около пятисот упоминаний о вине, и первое чудо, совершенное Иисусом, было связано с превращением сосудов с водой в вино на свадебном застолье в галилейском городе Кане. Считается, что выращивать виноград на территории Европы начали еще древние кельты. Позднее, в начале нашей эры, пришли римляне и принесли с собой новые, более развитые технологии виноделия. Рим был крупнейшим производителем вина и во времена Римской империи изготавливалось огромное количество вина (по мнению археологов, только в одном из поместий в центральной Италии ежегодно производили более миллиона литров вина). При этом Клавдий Элиан, рим-

ский историк и бытописатель, свидетельствует, что «в Риме неукоснительно соблюдался такой обычай – вина не пили ни свободная женщина, ни рабыня, ни благородный римлянин, пока не достигал тридцатипятилетнего возраста».

Несмотря на то, что Римская империя пала под ударами варваров, некоторые из них тоже понимали ценность римских виноградников, поэтому сохранили и приумножили их. Позднее монахи взяли на себя роль хранителей винного наследия римлян и успешно справлялись с ней, возделывая виноградную лозу при монастырях и сохраняя рецепты приготовления вина. Служители католической церкви были столь неравнодушны к этому напитку, что Петрарка, подшучивая над ними, говорил: «Кардиналы Святого престола считают вино пятым неотъемлемым элементом существования после земли, воды, воздуха и огня».

Важно сказать о благотворном (в малых дозах) влиянии вина на организм человека. Еще Гиппократ отмечал роль вина как антисептика, а Плутарх считал вино самым полезным напитком и самым вкусным лекарством. И современная медицина пришла к выводу о том, что умеренное употребление красного сухого вина способствует профилактике кардиологических заболеваний и улучшает состояние сердца у тех, кто занимается спортом и имеет регулярную физическую нагрузку.

Сорта винограда

Как вы думаете, что общего между виноградной лозой и

человеком? Ответить на этот вопрос не так-то просто. Дело в том, что за свою многолетнюю жизнь виноград проходит несколько стадий развития, как и человек. До пяти лет – это детство, до десяти – молодость, до тридцати – зрелость, когда растение способно активно плодоносить, а старость может продолжаться до ста лет. Согласитесь, что аналогия с жизнью человека очевидна.

В мире существует около пяти тысяч сортов винограда, но для приготовления вина годятся не более пятисот сортов. Более того, только около ста сортов пригодны для промышленного производства вина и только около пятидесяти сортов способны обеспечить производство вина действительно высокого качества. Круг сужается до восьми «королевских» сортов географического происхождения, гарантирующих (при удачном годе урожая) появление «королевских» вин:

- Шардоне (Chardonnay) (Бургундия, Франция);
- Пино Нуар (Pinot Noir) (Бургундия, Франция);
- Каберне Совиньон (Cabernet Sauvignon) (Бордо, Франция);
- Сира (Syrah) (долина Роны, Франция);
- Шенен Блан (Chenin Blanc) (долина Луары, Франция);
- Неббиоло (Nebbiolo) (Пьемонт, Италия);
- Санжовезе (Sangiovese) (Тоскана, Италия);
- Рислинг (Riesling) (долины Мозеля и Рейна, Германия).

Разумеется, в перечень наиболее популярных сортов можно добавить еще около двадцати, среди которых Семийон (Semillon), Пино Гри (Pinot Gris), Мерло (Merlot), Мускат (Muscat), Гевюрцтраминер (Gewurztraminer), Пино Гриджо (Pinot Grigio и др.

Классификация

Классификация виноградных вин гораздо сложнее, чем других алкогольных напитков, и в каждой стране-производителе существует свой подход к классификации, поэтому рассмотрим упрощенную классификацию, не вдаваясь в детали, но отдав дань французам как знаменитым производителям виноградных вин.

Основными показателями при классификации вин служат крепость, сладость, окраска вина, содержание углекислого газа и способ производства. Следовательно, возможно классифицировать вина по этим категориям.

По содержанию спирта:

- столовые – вина естественного брожения крепостью не выше 14 объемных процентов (% об.);
- крепленые – вина с высоким содержанием спирта, которые, в свою очередь, делят на:
 - крепкие – спирта до 20 % об., сахара – до 120 г/л;
 - сладкие, или десертные – спирта до 16 % об., сахара – до 200 г/л, при этом вина, где сахара больше 200 г/л называют ликерными.

Крепкие вина, такие как херес, портвейн, мадера отличаются технологией производства, предусматривающей выдержку в дубовых бочках и высокой степенью алкоголя при низком или умеренном содержании сахара, а натуральные сладкие, наоборот, отличаются высоким содержанием сахара при умеренной степени алкоголя.

Для производства натуральных сладких вин используется только зрелый, собранный вручную виноград, пораженный «благородной плесенью» (*Botrytis cinerea*) – специальным грибком, который развивается на кожице винограда, но ни в коем случае не должен проникнуть в тело плода.

Лучшими винами в категории «натуральные сладкие» общепризнанно считаются французские Сотерны (*Sauternes*), которые называют «жидким золотом Бордо» и чуть менее известные Барсаки (*Barsac*). Сотерн производится самым трудоемким путем. Мало того, что вручную, да еще и в несколько проходов (иногда до ноября) сборщики выбирают с грозди только те ягоды, которые поражены «благородной плесенью». Вручную же виноград загружается в старинные механические давяльные чаны и давится также чуть ли не вручную.

Если погодные условия складываются неблагоприятно и не позволяют «благородной плесени» сделать свое благородное дело, лучшие винные хозяйства по примеру легендарного Chateau d'Yquem (Шато д'Икем) жертвуют урожаем, не выпуская этого вина в неудачный год. За десятилетие в сред-

нем бывает не более трех лет, когда удастся собрать достаточное количество винограда для производства качественного Сотерна. Эти вина ценятся очень высоко и могут храниться долгие годы, достигая своего наивысшего расцвета в возрасте старше десяти-пятнадцати лет.

К этой же категории относятся вина, произведенные из подвяленного на лозе так называемого «заизюмленного» винограда, также пораженного *Botrytis cinerea*, имеющие высокое содержание сахара. К примеру, немецкие Trockenbeerenauslese, или ТВА (кстати, слово trocken не должно вводить вас в заблуждение – здесь оно относится к состоянию плодов винограда – «отборные высушенные ягоды»), а также Eiswein из Австрии или Германии – «ледяное» вино, изготовленное из плодов винограда, когда их уже прихватил мороз. Однако эти вина не такие тонкие, как французские.

Отдельно стоят знаменитый венгерский Royal Tokaji Aszú Essencia, первые упоминания о котором появились в середине XVII века и почитателями которого, вслед за Королем-Солнце Людовиком XIV, были австрийские императоры, польские короли и русские цари. К началу XVIII века токайские вина приобрели такую славу и авторитет, что князь Трансильванский из династии Ракоши, которому принадлежал Токай, создал первую в истории классификацию виноградников.

А также тосканское Vin Santo (Святое вино), с названием

которого связано много легенд. По одной из них на праздничном приеме, устроенном в 1473 году во Флоренции в честь заключения союза с Греческой Православной Церковью, греческий патриарх высоко отозвался о качестве поданного вина, упомянув, что оно похоже на вино с острова Санторин, а присутствующие на приеме решили, что грек называет вино святым (santo). Для производства Vin Santo гроздь перезревшего винограда укладывают в жарком и сухом месте (обычно высоко под крышей), где они лежат в течение двух-трех месяцев, пока не превратятся в изюм. Затем плоды отжимают и переливают сок в маленькие (сока бывает мало) дубовые бочонки, в которых вино обычно выдерживают не менее четырех лет. И если во времена Средневековья его использовали только для святого причастия, современные итальянцы называют Vin Santo «вином для медитации» и пьют его после еды из маленьких стаканчиков, обмакнув в вино специальное миндальное печенье (cantucci).

По содержанию сахара:

- сухие – спирта до 14 % об., сахара – не более 3 г/л;
- полусухие – спирта до 13 % об., сахара – от 5 до 30 г/л;
- полусладкие – спирта до 12 % об., сахара – от 30 до 80 г/л;
- сладкие и ликерные, о которых было сказано выше.

По цвету:

- белые – процесс брожения происходит без использо-

вания кожицы винограда. Цвет варьируется от светло-соломенного до темно-янтарного;

- розовые – используют либо метод прямого отжима, когда сусло (отжатый виноградный сок) получает слабую розовую окраску от кожицы винограда, либо метод частичного отстаивания, когда сусло настаивается вместе с кожицей винограда. Кроме того, возможно купажиrowание белых и красных виноматериалов. Цвет варьируется от светло-розового до темно-розового;

- красные – процесс брожения происходит с кожицей винограда, которая придает цвет будущему вину. Цвет варьируется от красного до темно-красного.

По содержанию углекислого газа:

- тихие – почти не содержащие углекислого газа;
- игристые – изготовленные по «шампанскому» методу двойного брожения;
- шипучие – искусственно газированные.

По способу производства:

- натуральные – напитки, полученные полным или неполным сбраживанием сусла или мезги (смесь раздавленных ягод винограда) и содержащие этиловый спирт только эндогенного происхождения, т. е. произведенные без внесения этилового спирта извне;
- специальные – напитки, полученные полным или непол-

ным сбраживанием суслу или мезги с добавлением этилового спирта, для изготовления которых применяется специфическая технология.

В мире существуют тысячи наименований вин, но на рынке доминируют менее сотни, большая часть из которых – французские вина, в первую очередь Bordeaux высшей категории. Вина Бордо, разбитые на пять классов по официальной классификации 1855 года, незначительно измененной осенью 1855 и в 1973 году, являются лидерами. Классификация была произведена по распоряжению императора Наполеона III, велевшего Торгово-промышленной палате Франции отобрать лучшие вина страны для Парижской выставки 1855 года. В классификации закреплено 61 хозяйство, производящее красные сухие вина в Левобережье Жиронды – в суб-регионах Медок и Грав:

- Premiers crus (Первые крю) – 5 хозяйств (лучшие из лучших);
- Deuxièmes crus (Вторые крю) – 14 хозяйств;
- Troisièmes crus (Третьи крю) – 14 хозяйств;
- Quatrièmes crus (Четвертые крю) – 10 хозяйств;
- Cinquièmes crus (Пятые крю) – 18 хозяйств.

Кроме того, в классификацию входят 27 хозяйств, производящих белые сладкие вина в коммуне Сотерн (17 хозяйств) и коммуне Барсак (10 хозяйств):

- Premier cru supérieur (Первое высшее крыю) – 1 хозяйство;
- Premiers crus (Первые крыю) – 11 хозяйств;
- Deuxièmes crus (Вторые крыю) – 15 хозяйств.

Часто все перечисленные винодельческие хозяйства называют Grand Cru – «Великое происхождение». И надписи GRAND VIN DE BORDEAUX достаточно, чтобы не сомневаться в качестве напитка.

В соответствии с общей классификацией европейских вин с 2012 года во Франции существует три категории вин:

- Vin de France (VdF) – вина без географического указания, которые ранее обозначались как Vin de Table (VDT) – столовые вина. На этикетке чаще всего указано только название вина, наименование производителя – конкретного винодельческого хозяйства и что вино из Франции.
- Indication Geographique Protégée (IGP) – вина защищенного географического указания, которые ранее обозначались как Vin de Pays (VDP) – местные вина. На этикетке обязательно будет указано, из какого региона это вино.
- Appellation d'Origine Protégée (AOP) – вина, защищенные по месту происхождения, которые ранее обозначались как Appellation d'Origine Contrôlée (AOC). На этикетке будет размещена информация не только о регионе, но и о конкретном винограде.

Существовавшая по старой (четырёхступенчатой клас-

сификации) четвертая категория французских вин Vin Délimité de Qualité Supérieure (VDQS) – вина, претендующие на получение статуса AOC, составлявшая около 2 % всего объема производства французских вин, в настоящее время отсутствует.

На наиболее информативных этикетках можно прочесть до четырнадцати и более дополнительных сведений о вине. Следует отметить, что в течение некоторого периода на рынке будут присутствовать как старые, так и новые маркировки, поэтому, выбирая вино, помните о возможных вариантах оформления этикеток.

Технология производства

В общих чертах традиционная технология производства виноградных вин такова: сусло самопроизвольно нагревается, и это приводит к исчезновению из массы сладкого вкуса, т. к. под воздействием дрожжевых микроорганизмов, находящихся в кожице винограда, глюкоза – природный сахар, содержащийся в виноградном соке, в процессе ферментации превращается в алкоголь. В среднем процесс ферментации красных вин проходит при температуре около 30 °C и длится от семи до десяти дней. Белым и розовым винам нужна температура около 20 °C и неделя времени.

Важно отметить, что если процесс брожения доходит до конца, т. е. если весь сахар превращается в спирт, то получается сухое вино. А при производстве полусухих и полусладких вин процесс брожения прерывается чуть раньше, что-

бы вино не потеряло свой сладкий вкус. Вина, спирт в которых образовался в результате естественного процесса брожения, – натуральные. Если же в вино добавлено извне некоторое количество спирта, то вино называется крепленным.

Полученное в результате ферментации вино помещают в емкости из нержавеющей стали (в этом случае вино не предназначено для вызревания и его вскоре разольют по бутылкам) или в деревянные (лучше всего дубовые) бочки, в которых вино выдерживают годами.

Экспериментальным путем было установлено, что оптимальный объем винной бочки – 225 литров. Любопытно, что за минимальные полтора года выдержки бочка «выпивает» около 11 литров вина, поэтому виноделы регулярно доливают в бочки вино, чтобы восполнить потери и не дать лишнему кислороду, который проникает через стенки бочки, погубить вино.

Ординарные вина (выпускаемые без выдержки) могут быть реализованы уже через несколько месяцев после переработки винограда, а, к примеру, вино Божоле Нуво разливают по бутылкам уже через шесть недель после сбора урожая.

Марочные вина выдерживают в бочках не менее полутора лет. Считается, что только после старения вин (особенно красных) в дубовых бочках они достигают пика своего вкуса. После бочковой выдержки вино разливают в бутылки и продают как марочное с обязательным указанием года урожая.

Некоторые вина могут откладываться на многолетнюю (не менее трех лет) выдержку, после чего эти вина получают название «коллекционные». За время бутылочной выдержки вино улучшается, в нем образуются сложные эфиры, придающие напитку особый букет, выпадает осадок, и тем самым вино освобождается от ненужных шлаков. При этом содержание спирта остается неизменным.

Крепленые вина, которые также называют специальными, подвергаются дополнительной обработке. К примеру, херес вида Фино, а херес бывает двух основных видов – Фино (Fino) и Олоросо (Oloroso), несколько лет находится под специальной толстой белой дрожжевой пленкой, мадера выдерживается в бочках на открытом солнце по два-три года, а затем в более прохладном помещении еще двадцать и более лет, кагор в процессе производства нагревается до 80 °С, а малага и марсала увариваются.

Если срок хранения большинства белых и красных сухих вин в среднем 30–40 лет, то некоторые крепленые вина из-за большого количества консервирующих веществ (спирта и сахара) могут жить более столетия.

Дегустация

Профессиональные дегустаторы исследуют вино поэтапно, начиная с цвета или, как они говорят, с платья. Для этого принято наклонить бокал от себя на 45 градусов и поднести его к любой белой поверхности или к источнику света, если речь идет о красных винах.

В первую очередь платье позволяет визуально определить возраст напитка. Сильно выдержанные красные вина всегда будут более светлыми, приобретая с возрастом легкий коричневый оттенок, а платья белых вин, наоборот, с возрастом становятся более насыщенными.

Белые вина делят на светлые и темные. Светлые, в свою очередь, могут быть почти бесцветными (чаще всего эти вина бывают с кислинкой), зеленоватыми (обычно имеют более терпкий вкус) или желтоватыми (с более мягким вкусом). Темные белые вина (в большинстве выдержанные) имеют золотистый цвет или оттенки янтарного.

Платья молодых красных вин будут ярких цветов, а выдержанные красные вина имеют цвет от густо-красного до красно-черного.

Нежные оттенки платья розовых вин говорят о том, что по вкусу они довольно легкие.

Кроме цвета вина визуально определяют наличие или отсутствие так называемой облачности. Качественное вино всегда будет чистым и прозрачным – без облачности.

Затем дегустатор оценивает текучесть вина, вращая бокал ритмичными круговыми движениями кисти таким образом, чтобы вино переливалось в нем сверху вниз. Подвижное вино будет быстро стекать по стенкам бокала, что говорит о его легкости, а если вино оставляет на стенках бокала длинные полосы («ножки»/«слезки») – это свидетельствует о том, что оно более насыщено алкоголем и (или) сахаром.

Далее определяют аромат вина или букет – комплекс ароматов. И для этого профессиональный дегустатор должен обладать специфическими способностями, чтобы охарактеризовать напиток, уловив тончайшие оттенки ароматов, к примеру: «В букете различаются ароматы грибов и хлебных дрожжей с нотками сдобы, сливочного масла, дыма и смеси специй в финале» или «В букете различаются ароматы спелых фруктов, лесных ягод, белых цветов и цветов фиалки, а также меда и солодки». Правда, красиво?

При оценке букета специалисты часто используют термин «нос». Фраза «Это вино с длинным/коротким носом» означает, что дегустируемое вино обладает сильными/слабыми ароматами.

И наконец, дело доходит до определения вкусовых качеств напитка. По мнению профессиональных дегустаторов, отпив небольшой глоток вина, следует обязательно задержать его во рту или, как они говорят, «покатать» его и лишь затем проглотить. Покатать вино необходимо для того, чтобы ощутить всю гамму вкуса дегустируемого напитка. Дело в том, что разные части языка отвечают за разные вкусовые ощущения. К примеру, рецепторы, ответственные за восприятие сладости, расположены на кончике языка, кислотность определяется краями, а горький вкус фиксируется в задней части языка.

Кроме того, покатав вино, возможно сделать вывод о спиртуозности, которая выражается степенью жгучести вина

– остроты воздействия на слизистую оболочку полости рта. В этом случае говорят о легких или крепких винах.

После того как глоток сделан, можно сделать вывод о послевкусии вина. Если вкус вина остается во рту до десяти секунд – это «длинное» вино, а если вкус остается на три-пять секунд – «короткое». Если вы не профессиональный дегустатор, оценивая вино, постарайтесь не привлекать к себе внимание оценкой платья вина на свету или долгим вращением бокала.

Правила подачи

В ресторанах высокого класса за подачу вина отвечает сомелье – специально подготовленный эксперт. (Во время домашнего приема роль сомелье чаще всего исполняет хозяин дома.)

Когда посетители ресторана определятся с выбором напитка, сомелье или официант должен показать бутылку, повернув ее этикеткой в сторону заказчика, чтобы можно было ее хорошо рассмотреть. В последние годы очень редко можно увидеть, чтобы, откупорив бутылку, предлагали пробку на инспекцию. В этом случае ее кладут на специальное блюдо, которое ставят рядом с человеком, сделавшим заказ. Пробка не должна издавать неприятного запаха (она должна быть без запаха или иметь винный запах), не должна быть сильно пропитана вином и не должна крошиться.

Открывая бутылку с помощью штопора, не следует ввинчивать его в пробку до конца, чтобы крошки пробки не по-

пали в вино, а для выдержанных вин, пробки которых со временем становятся более хрупкими, рекомендуется использовать специальный штопор, который не позволяет пробке крошиться, но надо уметь им пользоваться.

Обратите внимание, что на некоторых пробках могут быть нанесены данные о годе сбора урожая и названии вина. Дублирование этой информации на пробке оправданно, т. к. считается, что если по какой-то причине этикетка будет утрачена, то можно узнать о вине по надписям на пробке.

Интересный факт: для снятия первого урожая коры, чтобы получилась необходимая толщина пробки, дерево должно наращивать кору не менее тридцати лет, а за двухсотлетнюю жизнь пробкового дуба ее снимают многократно – в среднем через каждые девять-двенадцать лет. Дорогие пробки из цельной коры применяют только для престижных вин с длительной выдержкой. И, несмотря на то, что, по мнению экспертов, натуральные пробки могут заражаться грибком и портить напиток, многие именитые производители не изменяют классике. Кроме полнотелых пробок существуют пробки, сделанные из дробленой коры пробкового дуба и пищевого клея, которые сохраняют свойства коры, но при этом дешевле, и похожие на них комбинированные (сверху сплошная пробка, внутри прессованная крошка). Пробки из искусственного материала ставят в целях еще большей экономии. Срок хранения такого вина не более нескольких лет. Сегодня в виноделии часто используются алюминиевые колпач-

ки. Они устроены так, что мембрана внутри сохраняет такое количество кислорода, которое требуется, чтобы вино одновременно «дышало» и не портилось. Но адепты классики никогда не пойдут на это.

Далее сомелье наливает немного вина в бокал для дегустации тому, кто делал заказ. Если претензий не поступает, он разливает вино в бокалы присутствующих за столом (сначала – дамам, затем – мужчинам и в последнюю очередь тому, кто заказывал и дегустировал вино). Наливая вино, бутылку держат так, чтобы не закрывать этикетку и не дотрагиваться горлышком бутылки до бокала. Закончив наливать, бутылку поворачивают чуть вверх, чтобы капля не упала на скатерть.



В редких случаях, если после дегустации вино будет забраковано (следует мотивировать причины своего недовольства, и это не может быть непонравившийся вкус напитка), вино должно быть заменено за счет ресторана, но такие случаи маловероятны.

Говоря о правилах подачи вина, нелишним будет напоминание о понятиях аэрация (карафаж) и декантация (деконтирование). Аэрация – это насыщение вина воздухом окружающей среды. Декантация – процесс медленного переливания вина из бутылки в декантер (специальный сосуд с широким горлышком) с целью освобождения от осадка.

Есть вина, которым не нужно ни то, ни другое. Это молодые легкие ароматные вина, в которых нет осадка, а аромат летучий. В эту же категорию попадают возрастные (от десяти лет и старше) вина, одетые в платье красновато-коричневого или кирпично-красного цвета – у них хрупкие ароматы и осадок не настолько плотный, чтобы ради его удаления рисковать букетом.

Есть вина, которым аэрация необходима или пойдет на пользу. Это большинство молодых красных вин, одетых в яркое платье, и небольшая часть белых вин высокого класса с выдержкой в дубе (к примеру, белая Бургундия, некоторые бордоские и эльзасские) – они любят «подышать» перед употреблением. Осадок в них нет, но контакт с воздухом поможет сделать аромат вина более выразительным. Чем моложе и таниннее вино (танины – вяжущие вещества дубильной кислоты, содержащиеся в красном вине и придающие ему терпкий вкус, но некоторое количество танинов может присутствовать и в белых винах), тем больше времени занимает аэрация. В среднем молодым красным винам достаточно от получаса до полутора часов, чтобы «надышаться», но

некоторым высокотанинным винам требуется больше времени. Признаком отличного аэрирования является пена на поверхности вина в бокале.

Есть вина, которым необходима декантация. Это возрастные вина с осадком. Винам возрастом более двадцати лет, длительная аэрация противопоказана – их хрупкие ароматы исчезают после получасового соприкосновения с воздухом, поэтому декантер должен быть узким.

Есть вина, которым необходима как декантация, так и аэрация. Это молодые насыщенные нефильтрованные вина, у которых необходимо удалить возможный осадок, смягчить танины и раскрыть букет.

Существует ряд техник и приспособлений для аэрации вина, но один из самых простых способов – использование декантера. Большинство современных декантеров создается не столько для декантирования как такового, а как раз для аэрации – это все те, у которых широкая нижняя часть. Их задача состоит в увеличении площади контакта вина с воздухом. Кроме того, некоторые декантеры имеют такую форму, что их можно сравнить с произведениями искусства, и они, конечно, еще и украшают стол.

В чем подавать

Мир пьет вино тысячелетиями и тем более удивительно, что почти все это время самой распространенной и популярной была простая керамическая посуда, металл или грубое стекло. А богато гравированные кубки показывали лишь

высокий статус хозяина стола, но никак не способствовали раскрытию неповторимого вкуса и аромата вина. И только в начале XIX века производители стеклянной посуды задумались над новыми видами посуды для более полноценного восприятия вкуса алкогольных напитков.

Следует отметить, что Россия внесла существенный вклад в европейскую культуру сервировки стола, удивив Париж новой модой, которая возникла с легкой руки посла России в Париже Александра Борисовича Куракина – «алмазного князя», как его называли в Европе из-за роскоши его одежды. Именно он начал устраивать знаменитые «русские ужины», во время проведения которых был предложен новый способ сервировки блюд, который заключался в постепенной подаче блюд в порядке их расположения в меню, а не в сервировке по методу так называемой «французской системы», когда на стол подавали все сразу. При этом каждому гостю подавали не только персональную тарелку с очередным блюдом, но и посуду для разных напитков, в то время как до этого на подобных мероприятиях каждый из гостей имел лишь один бокал в течение всего вечера. Недоброжелатели поговаривали, что «на столе так много стекла, что за ним не видно угощения», но эти разговоры вскоре стихли, а производители стеклянной посуды с радостью подхватили эту моду, и к середине XIX века уже сформировались первые правила изготовления специальных емкостей для определенных видов вин. А престижные покупатели стали активно приобретать

разнообразные бокалы для повышения собственного статуса в глазах окружающих, при этом спрос опережал предложение.

Спустя еще сто лет стало понятно, что посуда для напитков должна не только радовать глаз, доставляя эстетическое удовольствие, но и подчеркивать своим размером и формой все достоинства вина.

«Прозрачную» революцию совершил австриец Клаус Йозеф Ридель – потомственный стеклодув из династии Риделей, делающих стеклянную посуду для напитков уже более 260 лет.

В конце 50-х – начале 60-х годов XX века появились первые тонкие хрустальные бокалы без всяких украшений, выделяющиеся только необычной формой. А в 1973 году он представил знаменитую во всем мире серию бокалов Riedel «Sommeliers», разработанную в сотрудничестве с ведущими итальянскими сомелье и ставшую эталоном (многие дегустаторы и сегодня пользуются этими бокалами) и основой для последующих коллекций специальных емкостей для разных видов алкогольных напитков известных (в первую очередь европейских) производителей стекла.

Главное правило: каждому вину соответствует свой бокал. Наливать различные вина в один бокал – самая грубая ошибка. Три главные характеристики для выбора бокала – это его размер, форма и качество стекла.



Бокал для бордо



Бокал для бургундского

Поскольку большинство красных вин требуют аэрации, бокалы для них должны быть большими. Для красных вин рекомендуется подавать бокалы емкостью около 500 мл, а идеальными для некоторых красных вин считаются бокалы в два раза больше! При этом красными винами принято заполнять не более одной трети объема бокала.



Для белых вин подойдут бокалы емкостью от 350 мл, но, как и с красными винами, в идеале они должны быть более объемными (к примеру, для некоторых белых бургундских вин – до 630 мл). Белые вина наливают максимум до половины бокала.

Для раскрытия главных особенностей дегустируемого вина очень важен правильный выбор формы бокала. С помощью формы бокала, а также способа обработки его края (может быть срезан под прямым углом или иметь закругленный ободок) можно направить напиток в нужные зоны вкусовых рецепторов. К примеру, из широкого бокала вино пьют маленькими глотками, не поднимая головы, а узкий бокал вынуждает человека, делая глоток, слегка запрокинуть голову (при этом глоток будет более объемным). Соответственно, эти два глотка попадут в разные вкусовые зоны. И если попадание будет правильным, человеку удастся насладиться напитком, а если будет выбран не подходящий бокал – в лучшем случае вкус вина останется незамеченным, а в худшем – глубоко разочарует дегустатора.

Существует известный способ оценки вина – метод слепой дегустации, когда экспертам подают вина в бутылках с закрытыми этикетками и предлагают оценить качество вина. Это традиционный вариант. А иногда дегустаторам может быть предложено одно вино (участники этого не знают), но налитое в разные по форме бокалы. И в результате оказывается, что одно и то же вино может быть оценено как «кис-

лое» и «банальное» или как «сбалансированное» и «незабываемое».

Бокалы для красных и белых вин всегда сужены в верхней части для более концентрированного выхода ароматов. Это самая общая характеристика базовых бокалов для красных и белых вин, но у профессиональных барменов и знатоков-любителей ассортимент посуды будет гораздо шире в зависимости от вида вин.

Кроме того, существуют разнообразные бокалы для специальных вин (хереса, портвейна, мадеры, малаги, марсалы, вермута, кагора и др.). Форма бокалов для перечисленных вин разнообразна в зависимости от требуемых «выходных» характеристик, и такие бокалы всегда будут меньшего размера по сравнению с бокалами для сухих красных или белых вин.

Относительно качества стекла следует отметить, что бокалы должны быть выполнены из тонкого стекла или хрусталя, чтобы пропускать достаточное количество света для оценки платья вина. Существовавшее раньше правило наливать белые вина в бокалы из цветного стекла неактуально – теперь считается, что и платья белых вин достойны того, чтобы перед дегустацией полюбоваться ими.

Температура подачи

Есть несколько правил, касающихся выбора температуры при подаче вина, т. к. именно от правильно выбранной температуры в большой степени зависит вкус и аромат напитка.

Если температура выбрана неудачно, то можно свести к нулю все (возможно многолетние) старания виноделов.

Выбор температуры для подачи красных вин зависит от степени танинности. Помните главное правило: чем больше танинов содержится в вине, тем выше температура подачи. Соответственно, выдержанные танинные вина принято подавать при температуре около 18 °С, среднетанинные – при температуре 15–16 °С, а легкие красные – при температуре около 15 °С.

Утверждение, что красные вина подают при комнатной температуре, верно только в правильном понимании слова «комната». Речь идет не о современных помещениях с центральным отоплением, температура в которых может достигать до 23–25 °С, а о температуре в помещениях средневекового каменного замка, где даже в лучшие дни года она не поднималась выше 16–18 °С.

Простые белые вина, в которых практически отсутствуют танины, и сахар, рекомендуется охлаждать до температуры 10–12 °С, чтобы ярче почувствовать фруктовость их вкуса. В этот же температурный диапазон попадают и розовые вина.

Отдельные выдержанные белые вина, содержащие некоторое количество танинов, лучше всего раскрывают свой букет при температуре 12–14 °С. При этой же температуре подают большинство крепких и десертных вин. Но, к примеру, мои любимые сотерны рекомендуется подавать охлажденными до 8–10 °С, а возрастные сотерны могут быть поданы чуть

более теплыми.

Для определения температуры вина идеально подходит специальный винный термометр, но при его отсутствии можно, положившись на собственную интуицию, поддержать бутылку с вином некоторое время в холодной воде или в специальном ведерке с холодной водой и колотым льдом, что предпочтительнее.

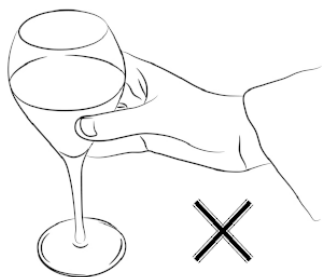
Большинство натуральных вин (за исключением крепленых, которые могут храниться около месяца) не переносит долгого хранения после откупоривания бутылки. Эксперты считают, что розовые и молодые белые вина нужно пить сразу, не оставляя на следующий день, а красное вино даже на третий день сохранит свой вкус (в домашних условиях рекомендуется перелить остаток вина в меньшую по объему бутылку и плотно закрыть пробкой, чтобы оно как можно меньше взаимодействовало с воздухом). Для кратковременного хранения откупоренные бутылки лучше держать при «замковой» температуре, а в холодильник ставить не следует, т. к. там вину может быть слишком холодно.

Как держать бокал

Бокал для вина не принято держать за основание, как держат его профессиональные дегустаторы.

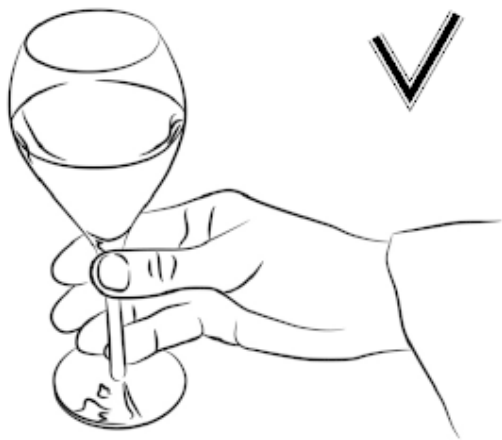


Бокал неудобно держать за середину чаши, потому что на бокалах с белым вином, которое, как вы помните, подается охлажденным, может появиться конденсат, а на бокалах с красным вином могут остаться отпечатки пальцев.



Если держать бокал за ножку только большим и указательным пальцем, то в случае с объемным бокалом для красного вина можно даже не удерживать вес.

Лучше всего держать бокал за ножку, удерживая ее тремя пальцами (большим, указательным и средним), при этом безымянный палец и мизинец должны находиться рядом с ножкой бокала или касаться ее.



С чем сочетается

Многие помнят старое правило: красное вино – к темному мясу, белое вино – к белому мясу и рыбе. Следуя ему, вы не ошибетесь и сегодня, но любой сомелье скажет вам, что вариантов сочетаний стало гораздо больше. По мнению специалистов, ориентироваться следует не столько на цвет вина, сколько на его танинность.

Дело в том, что и вина и блюда могут либо усиливать, либо смягчать вкусовые качества друг друга, а иногда и вовсе подавлять какие-то вкусы. Танинные (в основном красные) вина составят удачную компанию солоноватой, богатой протеинами и жирами пище (к примеру, жареное мясо и раз-

личные сыры, за исключением сыров с острым сильно выраженным вкусом – они непременно «убьют» букет красных вин). При этом такие вина категорически не будут сочетаться с острой или сладкой пищей, а также с большинством рыбных блюд.

Сладкие вина прекрасно подойдут к разнообразным десертным блюдам, а также удачно подчеркнут пикантность слегка солоноватой пищи, смягчив соленый вкус. В качестве идеальной пары выступают правильно подобранные сыры, к примеру, классическим считается сочетание сотерна с «голубым» сыром рокфор из овечьего молока. Любопытно, что название этого сыра является первой в мире юридически защищенной товарной маркой. Еще в 1411 (!) году король Франции Карл VI подписал указ, запрещающий называть рокфором любой другой сыр, кроме того, что изготовлен в окрестностях Рокфора. Шестьсот лет спустя ничего не изменилось. Не будет ошибкой подать сладкое вино во время обеда к паштету из гусяной печени, птице и даже к непахучей рыбе под белым соусом.

Кисловатые белые вина гармонируют со слегка солеными (те же сыры) или слегка сладкими блюдами (некоторые виды десертов), а также они способны уравновесить жирную пищу без ущерба для своих вкусовых качеств.

Полусухие и полусладкие розовые вина идеально выступают в роли аперитива в сочетании с мясными деликатесами, острыми сырами и фруктами. За обедом такие вина хо-

роши к птице с фруктами, фруктовому плову и даже к пряным блюдам, смягчая их остроту. А для сухих розовых вин лучшей парой будут паштеты из куриной печени, отварные раки и курица или белая рыба под сливочным соусом.

При составлении пары «блюдо+вино» важно выбрать один из двух классических подходов. Рекомендуется либо выбирать вино, которое по вкусу похоже на предлагаемое блюдо (к примеру, сладкое к сладкому), либо контрастирует с едой (к примеру, к блюдам из грибов можно подобрать вина с фруктовыми ароматами, а к блюдам с жирными сливочными соусами – сухое кислотное белое вино).

Существует также принятая очередность употребления вина: белые вина пьют перед красными, легкие (столовые) – перед крепкими, сухие – перед сладкими, а молодые – перед выдержанными.

Приложение № 8. Варианты складывания платочка в нагрудном кармане мужского пиджака

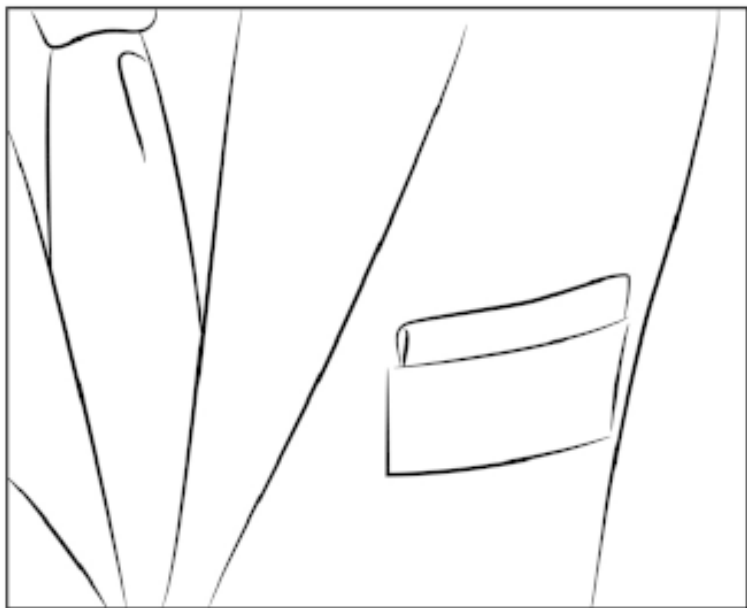
Платочек в нагрудном кармане пиджака оживляет мужской костюм и делает его нестандартным.

Вариант № 1. Прямоугольник (на американский манер)

1. Сложите платочек в форме квадрата так, чтобы обметанные края оказались сверху и справа.

2. Подверните нижнюю часть платочка в соответствии с глубиной кармана.

3. Аккуратно вложите платочек в нагрудный карман пиджака сгибом внутрь так, чтобы края выглядывали из кармана пиджака приблизительно на 2 см.



Вариант № 2. Треугольник (на английский манер)

А. Один треугольник

1. Расположите платочек в виде ромба, а затем сложите его по диагонали так, чтобы сгиб оказался внизу.
2. Заверните левую и правую часть платочка так, чтобы эти линии сгиба образовали прямой угол с первой диагональной линией.
3. Подверните нижнюю часть платочка в соответствии с глубиной кармана.

4. Аккуратно вложите платочек в нагрудный карман пиджака так, чтобы высота платочка от вершины треугольника составляла около 3,5–5 см.



Б. Два треугольника

1. Расположите платочек в виде ромба, а затем сложите его по диагонали так, чтобы сгиб оказался внизу.
2. Сместите на несколько сантиметров верхний уголок так, чтобы после складывания вверху платочка образовались

два одинаковых уголка.

3. Заверните левую и правую часть платочка так, чтобы эти линии сгиба образовали прямой угол с первой диагональной линией.

4. Подверните нижнюю часть платочка в соответствии с глубиной кармана.

5. Аккуратно вложите платочек в нагрудный карман пиджака так, чтобы высота платочка от вершин треугольников составляла около 3,5–5 см.



Вариант № 3. Перевернутое облако (на итальянский манер)

1. Левой рукой возьмите платочек за середину, чтобы концы свисали вниз.
2. Правой рукой перехватите его посередине между углами и центром.
3. Подверните верхнюю часть платочка.
4. Аккуратно вложите платочек в нагрудный карман пиджака углами вверх, чтобы края выглядывали из кармана приблизительно на 5 см.



Приложение № 9. Варианты завязывания шейных платков для женщин

С помощью платка можно подчеркнуть свою индивидуальность и свой стиль, преобразить деловой костюм, сделать прекрасный цветовой акцент и даже выразить свое настроение.

Выбирая платок, смотрите не только на цвет и рисунок. Возьмите платок в руки, проверьте его мягкость и эластичность – приятна ли ткань на ощупь, хорошо ли на нем завязывается ваш любимый узел. Важно научиться завязывать узел платка правильно, чтобы платок не соскальзывал и выглядел непринужденно. Помните, что элегантнее всего смотрятся простые узлы.

Вариант № 1. Госпожа посол

Оптимальные размеры платков 75×75 см, 90×90 см.

Рекомендуется для вырезов любых форм.

А. Скрытый узел

1. Переверните платок наизнанку, возьмите за середину и поднимите его, чтобы концы свободно свисали вниз.
2. Завяжите узел в центре.
3. Возьмите платок за два противоположных конца, чтобы он приобрел форму треугольника. Узел должен находиться

внутри (с изнанки платка).

4. Свободно уложите платок вокруг шеи так, чтобы узел оставался под подбородком.

5. Завяжите концы платка сзади.



Б. Открытый узел

1. Сложите платок по диагонали и уложите его вокруг шеи

так, чтобы центр сгиба оказался под подбородком, а концы платка обвивали шею.

2. Скрестите концы платка сзади и направьте их вперед.

3. Завяжите узел спереди и аккуратно расправьте уголки.



Вариант № 2. Полубант

Оптимальные размеры платков 90×90 см, 110×110 см.

Рекомендуется для вырезов V-образной формы.

1. Сложите платок по диагонали и накиньте на шею так, чтобы концы платка свободно свисали вниз.

2. С левой стороны в середине завяжите свободный узел.

3. С правой стороны в середине сделайте небольшую петлю и протяните ее в узел, сформировав полубант.



Вариант № 3. Французский цветок

Оптимальные размеры платков 75×75 см, 90×90 см.

Рекомендуется для вырезов круглой или V-образной формы.

1. Возьмите платок за один из углов в левую руку и соберите две стороны платка в гармошку.
2. Удерживая собранные стороны платка, правой рукой завяжите узел, чтобы образовался «цветок».
3. Накиньте платок на шею и пропустите свободный конец платка через узел.



Приложение № 10. Рекомендации по уходу за срезанными цветами

Чтобы как можно дольше наслаждаться срезанными цветами, придерживайтесь следующих рекомендаций:

- Всегда покупайте цветы в специализированных магазинах, где имеется соответствующее оборудование для хранения цветов при нужной температуре, а не на улице или в метро.

- При покупке цветов обратите внимание на то, чтобы они достаточно расцвели. Если на стеблях имеются бутоны, они должны иметь определенный цвет, т. к. зеленые плотные бутоны могут не раскрыться. Полуоткрытыми лучше покупать ирисы, гипсофилу, тюльпаны, немахровые нарциссы, альстромерию, фрезии, лилии и розы. В полном роспуске рекомендуется покупать хризантемы, орхидеи, махровые нарциссы, гвоздики, герберы, стрелицию.

- При транспортировке цветов нужно хорошо их упаковать, чтобы не повредить стебли и сами цветы.

- В помещении поставьте цветы еще в упаковке в чистую воду, отстоявшуюся при комнатной температуре.

- При резком перепаде температуры (от низкой к высокой) расположите цветы в помещении, где этот контраст не будет столь ощутимым, чтобы они постепенно привыкали к более высокой температуре.

- Освободите цветы от упаковки.
- Перед тем как поставить цветы в вазу, сначала наискосок отрежьте от стеблей примерно 3 см. Важно использовать острый нож, но не ножницы. Желательно произвести срез под водой (в широком сосуде).
- Не отламывайте и не расплющивайте стебли, в т. ч. и древесные, к примеру, у сирени или жасмина. Также не имеет смысла соскабливать кору.
- Ставьте цветы в хорошо вымытую вазу, заполненную отстоявшейся при комнатной температуре водой. Цветы, стебли которых выделяют млечный сок, лучше поставить в умеренно теплую воду, иначе сок затвердеет и будет мешать всасыванию воды.
- Листья цветов не должны находиться в воде. Это ускоряет загрязнение воды в вазе и продолжительность жизни цветов сокращается.
- Цветы простоят дольше, если в воду добавить специальное средство для срезанных цветов, которое можно приобрести в специализированных отделах магазинов. Обратите внимание на рекомендуемую дозировку.
- Укоротив стебли, можно продлить жизнь срезанных цветов, поэтому через несколько дней рекомендуется подрезать их.
- Регулярно доливайте в вазу чистую воду, отстоявшуюся при комнатной температуре.
- Рекомендуется опрыскивать листья и стебли (но не цве-

ты), чтобы уменьшить испарение и поддерживать требуемую влажность.

- Ночью срезанные цветы предпочитают прохладу. Лучше всего поставить их вечером в прохладное место.

- Не ставьте срезанные цветы под прямые солнечные лучи и не оставляйте их на сквозняке, а также не ставьте фрукты поблизости от цветов, т. к. фрукты выделяют этилен, который сильно сокращает продолжительность жизни цветов. И, разумеется, не ставьте цветы рядом с батареями центрального отопления.

- Обратите внимание, что за нарциссами требуется отдельный уход, т. к. они выделяют в воду вещество, вредно действующее на другие цветы. Поэтому лучше дать возможность нарциссам солировать. Но существует специальное средство для срезанных нарциссов, которое добавляется в воду, если необходимо комбинировать их с другими цветами.

Благодарности

Эта книга появилась при поддержке многих людей, которых я сердечно благодарю за помощь в ее создании.

Спасибо моим коллегам из вузов, в которых я работала в течение двадцати лет, за предоставленную возможность читать и совершенствовать курс «Современный деловой протокол и этикет».

Спасибо участникам тренингов, которые делились своим опытом, сказали мне много теплых слов и оставили более 17 тысяч положительных отзывов о занятиях.

Спасибо всем моим деловым партнерам, с чьей помощью в 2014 году было выпущено первое издание этой книги.

Спасибо руководителям различных компаний и организаций за согласие дать интервью. Рассказанные ими истории украсили книгу.

Спасибо специалистам, принявшим участие в редактировании главы о национальных особенностях делового общения, за ценные рекомендации и замечания.

Спасибо экспертам, написавшим отзывы о первом издании книги за высокую оценку моего труда и доброе отношение. Персонально – Д.А. Чикваидзе, который, несмотря на свою занятость на столь высоком посту, проявил внимание и нашел время, чтобы написать подробный отзыв.

Я благодарю свою маму – Тамару Леонидовну Приходько,

за истинную, бесконечную любовь и оптимизм. Она уже не прочитает эти строки, но я верю, что услышит мое сердце...

И, конечно же, выражаю искреннюю признательность людям, благодаря которым появилось новое издание книги – М.Н. Каменевой, Ю.А. Сычевой, К.Ю. Дмитриевой, Д.И. Крашенинниковой, К. Рейхерт, а также всем, кто принимал участие в подготовке книги к изданию.

Надеюсь, что эта книга была достойна вашего внимания, а ее чтение стало приятным и полезным для вас.

Искренне ваша, Ольга Шелешева

Библиография

Для того чтобы не нарушать гармонию восприятия текста книги и не перегружать его ссылками на используемые библиографические источники, ниже приведен список литературы, составленный в хронологическом порядке с указанием страниц с текстовыми фрагментами, в той или иной степени использованными в данной работе.

1. *Пиз А.* Язык телодвижений / пер. с англ. – Н.Новгород: Ай кью, 1992. – 262 с. (27–28, 31, 35–36, 53, 69–70, 83–91, 139–140, 196–198, 222–225).
2. *Холопова Т.И., Лебедева М.М.* Протокол и этикет для деловых людей. – М.: ИНФРА-М, 1995. – 366 с. (44–45, 51–53, 205–207, 213).
3. *Кузин Ф.А.* Делайте бизнес красиво. – М.: ИНФРА-М, 1995. —288 с. (33, 38, 48, 58).
4. *Солли М.* Эти странные итальянцы / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 1999. – 72 с. (6–7, 18, 20–21).
5. *Лоней Д.* Эти странные испанцы / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 1999. – 72 с. (7, 10, 14–15, 22–23, 58).
6. *Барайс Г.* Как это едят / пер. с нем. – М.: БММ АО, 2000. – 96 с. (7–9, 30–32, 49, 77).
7. Энциклопедия этикета / Составитель Максименко О.И. – М.: Астрель, 2000. – 512 с. (11–12, 20–21, 64, 68, 166–176, 215).

8. *Инце Г.* Уверенное поведение и хорошие манеры / пер. с нем. – М.: БММ АО, 2000. – 96 с. (11, 14, 17, 30–31, 38–39).
9. *Соловьев Э.Я.* Современный этикет и деловой протокол. – М.: Ось-89, 2000. – 208 с. (48–51, 105–106, 111–113).
10. *Кадзи С., Хама Т.* Эти странные японцы / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 2000. – 72 с. (11, 17, 22, 24, 29–31, 56).
11. *Зайдениц Ш., Баркоу Б.* Эти странные немцы / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 2001. – 72 с. (5, 12, 24, 26, 28, 31, 36).
12. *Япп Н., Сиретт М.* Эти странные французы / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 2001. – 72 с. (5, 14–15, 17, 24, 34, 68).
13. *Майол Э., Милстед Д.* Эти странные англичане / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 2001. – 72 с. (11, 29, 31, 34–35).
14. *Берлин П.* Эти странные шведы / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 2001. – 96 с. (10, 13–14, 31, 36–37, 40–41).
15. *Фол С.* Эти странные американцы / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 2001. – 72 с. (9–11, 13, 15, 18–19, 22–23, 25, 42–43).
16. *Льюис Д.* Тренинг эффективного общения / пер. с англ. – М.: Эксмо-Пресс, 2002. – 224 с. (4, 40, 50, 81, 158–163, 189–190, 202–209).
17. *Дирби Х., Харрис С.* Эти странные датчане / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 2002. – 80 с. (10–12, 14–16,

18, 31–32, 36, 49–57).

18. *Шепель В.М.* Имиджология. Как нравиться людям. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с. (207–211, 214–215).

19. *Панов А.Н.* Книга о вине. – М.: ОЛМА-Пресс, 2003. – 253 с. (94–96, 220, 223–229).

20. *Мартин Д.* Застольный этикет / пер. с англ. – М.: Эксмо, 2003. – 320 с. (20–21, 50).

21. *Архангельская М.Д.* Бизнес-этикет. – М.: Эксмо, 2004. – 160 с. (32–33, 60, 110–111).

22. *Храпов И.Б.* Телефонное общение в бизнесе. – М.: Генезис, 2004. – 112 с. (72–74, 82).

23. *Ребрик С.Б.* Презентация: 10 уроков. – М.: Эксмо, 2004. – 200 с. (52, 64–65, 108–109, 111, 117, 120).

24. *Кипнис М.* Тренинг коммуникаций. – М.: Ось-89, 2004. – 128 с. (50–51, 118–120).

25. *Рюкле Х.* Язык телодвижений для менеджеров / пер. с нем. – М.: Интерэксперт, 2005. – 479 с. (173, 193, 196, 281–287, 351–354).

26. *Шотт Б.* Как вести переговоры / пер. с нем. – М.: Омега-Л, 2005. – 128 с. (32, 53–55, 59–60, 91).

27. *Будур Н.* Эти странные норвежцы / пер. с англ. – М.: Эгмонт Россия ЛТД, 2005. – 96 с. (18, 40–43, 93–94).

28. *Рыбкин И.В.* Эффективный телефонный контакт. – М.: Институт общегуманитарных исследований, 2005. – 144 с. (66–68, 133–134).

29. *Нельсон К.* Бизнес этикет. Международные стандарты общения / пер. с англ. – М.: Интернет-Трейдинг, 2005. – 257 с. (20–22, 33, 62–65).

30. *Бостико М.* Этикет бизнесмена / пер. с англ. – М.: Центрполиграф, 2006. – 219 с. (59–60, 76, 90–92).

31. *Аминов И.И.* Психология делового общения. – М.: Омега-Л, 2006. – 304 с. (10–11, 21, 76, 213, 238).

32. *Джей Р.* Бизнес-ланч: искусство совместной трапезы и инструмент успешного бизнеса / пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2006. – 288 с. (109–110, 117, 123, 195–196, 229–230).

33. *Бреннен Л.* Деловой этикет / пер. с англ. – М.: Рипол-Классик, 2008. – 464 с. (98–99, 148–158, 245–246, 259–262, 286–288, 296–298).

34. *Алексеева Н.Н.* Индия узнаваемая и непостижимая. – М.: Издательский сервис, 2008. – 288 с. (71–72, 119–121).

35. *Грихольт Н.* Индия / пер. с англ. – М.: АСТ: Астрель, 2008. – 159 с. (8, 19, 149–151).

36. *Кингсленд В.* Индия: Обычаи и этикет / пер. с англ. – М.: АСТ: Астрель, 2009. – 128 с. (39, 66).

37. *Вайнцирл А.* Имидж деловой женщины. – М.: Эксмо, 2012. – 224 с. (154–155, 158–159).

38. *Арешидзе Л.Г., Крупянка М.И., Крупянка И.М.* Современный японский этикет: разнообразие в гармонии. Серия: Удивительная Япония. – М.: Международные отношения, 2013. – 264 с. (72–77, 155–156).

39. *О'Бирн Р.* Безупречно одетый джентльмен. Как идеаль-

но выглядеть в любой ситуации / пер. с англ. – М.: Эксмо, 2013. – 128 с. (20–28, 43–46).

40. *Маслов А.А.* Китай и китайцы. О чем молчат путеводители. – М.: Рипол-Классик, 2014. – 288 с. (97–101, 175–178).

41. *Найденская Н.Г., Трубецкова И.А.* Стань стильной за семь шагов. – М.: АСТ, 2015. – 240 с. (30, 62, 96).

42. *Найденская Н.Г., Трубецкова И.А.* Графический гид по мужскому стилю. Сто ошибок и решений. – М.: АСТ, 2015. – 224 с. (34–35, 80, 87, 133).

43. *Найденская Н.Г., Трубецкова И.А.* Золотые правила стиля: дресс-код успешной женщины. – М.: Издательство «Э», 2016. – 256 с. (12, 48–49, 152, 156–157, 229).

44. *Джонсон Д.* Не кладите смартфон на стол: правила этикета, которые помогут вам всегда быть на высоте / Дороти Джонсон, Лив Тайлер; Пер. с англ. – М.: Издательство «Э», 2016. – 176 с. (35–37, 108–111, 136–140).

45. *Пост П., Пост А., Пост Л.* Деловой этикет от Эмили Пост: полный свод правил для успеха в бизнесе / пер. с англ. – М.: Издательство «Э», 2016. – 384 с. (197–200, 204, 208–217, 224–233).

46. *Скавини Ж.* Dress code. Правила безупречного гардероба для мужчин, которым небезразлично, как они выглядят / пер. с фр. – М.: Издательство «Э», 2017. – 224 с. (14–15, 34–35, 67–68, 113–114, 130–135, 196).

ЛУЧШИЕ КНИГИ О БИЗНЕСЕ С ЛОГОТИПОМ ВАШЕЙ КОМПАНИИ? ЛЕГКО!

Удивить своих клиентов, бизнес-партнеров, сделать памятный подарок сотрудникам и рассказать о своей компании читателям бизнес-литературы? Приглашаем стать партнерами выпуска актуальных и популярных книг. О вашей компании узнает наиболее активная аудитория.

ПАРТНЕРСКИЕ ОПЦИИ:

- Специальный тираж уже существующих книг с логотипом вашей компании.
- Размещение логотипа на супер-обложке для малых тиражей (от 30 штук).
- Поддержка выхода новинки, которая ранее не была доступна читателям (50 книг в подарок).

ПАРТНЕРСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ:

- Рекламная полоса о вашей компании внутри книги.
- Вступительное слово в книге от первых лиц компании-партнера.
- Обращение первых лиц на суперобложке.
- Отзыв на обороте обложки вложение информационных материалов о вашей компании (закладки, листовки, мини-буклеты).



У вас есть возможность обсудить свои пожелания с менеджерами корпоративных продаж. Как?

Звоните:

+7 495 411 68 59, доб. 2261

Заходите на сайт:

eksmo.ru/b2b



