

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»

ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА

## КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Профессиональная этика и этикет»

ЭТИКА В КУЛЬТУРЕ ВНЕШНОСТИ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Выполнил:

студент 1 курса

группы 4341

Федорова Юлия Владимировна

Руководитель:

канд. экон. н., доц.

Л.С. Петрик

Казань 2014

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ПОНЯТИЕ КУЛЬТУРЫ ВНЕШНОСТИ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА .....	5
1.1. Влияние внешнего вида человека на восприятие его обществом .....	5
1.2. Основные правила внешнего вида .....	9
ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ВНЕШНЕГО ВИДА ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА .....	11
2.1. Костюм делового мужчины .....	12
2.2. Костюм, макияж и причёска деловой женщины .....	16
2.3. Аксессуары как элемент этики внешности делового человека .....	19
СРАВНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ВНЕШНЕМУ ВИДУ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА ВО ФРАНЦИИ И ЯПОНИИ .....	24
3.1. Требования к внешнему виду во Франции .....	24
3.2. Требования к внешнему виду делового человека в Японии .....	25
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	27
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ .....	29

## ВВЕДЕНИЕ

Нормы нравственности, сложившиеся между людьми как в общественной, так и в семейной жизни, являются результатом многовекового процесса становления взаимоотношений. Без соблюдения этих норм невозможны политические, экономические, культурные и семейные отношения, ибо мы не можем существовать, не считаясь друг с другом, не налагая на себя определенных ограничений. И здесь очень важная роль принадлежит этикету.

Этикет – это свод норм, правил общения людей между собой, поведения каждого конкретного человека в обществе – в той социальной среде, где он живет, с членами которой взаимодействует. [9, с.96]

Строгие правила поведения и общения людей пронизывают всю человеческую историю. И эта регламентация имеет глубокий смысл – иначе, собственно говоря, она не сопровождала бы человечество во все времена и во всех сферах его жизнедеятельности.

Этикет вообще – это совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений (обхождение с окружающими, формы обращения и приветствий, поведение в общественных местах, манеры и одежда).

Этикетом называется составная часть внешней культуры человека и общества. В него входят те требования, которые приобретают характер более или менее строго регламентированного церемониала и в соблюдении которых особое значение имеет определенная форма поведения. [5, с.3]

Внешность – выражение внутреннего мира человека.

Внешний вид, как правило, отражает внутреннее, нравственное содержание человека. [18]

Данная проблема в современном мире актуальна, потому что, впервые увидев человека, люди непроизвольно обращают внимание на его внешность.

Со вкусом подобранная одежда, аксессуары, опрятный вид в наше время делают человека уверенным, собранным, энергичным, а также дают ему больше шансов на успех. [18]

Одежда и в целом внешний вид человека воздействует на окружающих, так как, независимо от сознания человека, поэтому не зря говорят, что о человеке вначале судят по его внешности, затем по разговору, а далее по интерьеру его кабинета.

Таким образом, данная тема является практически значимой в современном обществе.

Объект исследования - культура внешности делового человека.

Предметом исследования являются требования к культуре внешности делового человека и их влияние на общественную оценку во Франции и в Японии.

Цель работы - изучить этику культуры внешности делового человека.

Задачами данной работы являются:

1. изучить влияние внешнего вида человека на восприятие его обществом;
2. рассмотреть основные правила внешнего вида;
3. разобрать основные компоненты культуры внешности делового человека;
4. сравнить требования к внешнему виду делового человека во Франции и Японии;
5. сделать вывод по проделанной работе.

В результате проведенного исследования была выявлена значимость должного уделения внимания внешности человека, а также различие между требованиями к внешнему облику делового человека во Франции и Японии.

Работа состоит из 3 разделов, введения, заключения и списка использованных источников и литературы.

Объем работы – 31 страница.

Количество использованных источников – 23.

## ПОНЯТИЕ КУЛЬТУРЫ ВНЕШНОСТИ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

### 1.1. Влияние внешнего вида человека на восприятие его обществом

Этика – философская наука, предметом которой является мораль, нравственность. [9; с.95]

Мораль – совокупность исторически сложившихся принципов, норм и правил поведения, с помощью которых общество регулирует взаимоотношения между людьми, обеспечивая согласование интересов личности, группы и общества. [2; С.456-458]

Нравственность – принципы реального практического поведения людей, мир сущего. [9; с.96]

Этика в культуре внешности – это наука, которая показывает, как следует и как не следует выгладить человеку в тех или иных ситуациях (например, деловому человеку на важных бизнес-переговорах).

Не секрет, что первое впечатление о мужчине или женщине у окружающих создается в течение первых нескольких секунд визуального общения. Как говорят маркетологи и психологи: “Если вы хотите создать о себе хорошее впечатление, то у вас есть только один шанс - несколько первых секунд на первом знакомстве и больше таких шансов не будет!” Изменить это впечатление бывает очень трудно, даже имея хороший ум. [20]

Деловой этикет – это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов. [7]

Внешний облик делового человека – это первый шаг к успеху, поскольку для потенциального партнера его костюм служит лицом человека, которое показывает степень его надежности, ответственности и профессионализма.

Сформировавшийся образ делового человека (организации), в котором выделяются ценностные характеристики и черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих, обычно называют имиджем (от англ. image - образ). [5, с.5]

Имидж – это некий образ, который человек, его «я» представляет миру, своего рода самопрезентации для других. Посредством имиджа, с одной

стороны, мы стараемся дать информацию для окружающих, а с другой – преследуем свои конкретные цели.

Имидж обладает следующими свойствами:

1. имидж – сознательное явление, он не существует только на уровне отдельного человека, т.е. объект должен быть известен какой-либо группе людей (партнеров, потребителей, клиентов и т.п.);
2. благоприятный имидж должен иметь точный адрес, вызывать к себе интерес, привлекать определенные группы партнеров;
3. имидж активен по своей сути, он способен воздействовать на сознание, эмоции, деятельность как отдельных людей, так и целых групп;
4. имидж динамичен, он не является чем-то однажды заданным, сформированным; его атрибуты преобразуются, видоизменяются в соответствии с изменениями в самом себе;
5. имидж должен быть пластичным, оперативно изменяться, откликаясь на экономические, психологические, социальные условия;
6. имидж должен быть правдоподобным (соответствовать тому, что есть на самом деле или производить такое впечатление), в противном случае имиджу не верят, и он не достигает поставленной цели. [5, С.5-6]

Имидж складывается в ходе личных контактов человека, на основе мнений, высказываемых о нем окружающими.

Обретение профессионального имиджа не является самоцелью для делового человека. Однако обладание им составляет весьма существенную его личностную и профессиональную характеристику, имеет глубокий практический смысл.

При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально-позитивное отношение, и, наоборот, труднее принимают (и нередко отвергают) позицию человека, к которому испытывают эмоционально-негативное отношение.

Многие индивиды от природы обладают привлекательным имиджем, наделены обаянием. В значительной степени наше первоначальное впечатление о других людях складывается по их внешним данным. Однако отсутствие внешней привлекательности не должно мешать созданию благоприятного имиджа. Обаяние – это не столько визуальная привлекательность, сколько полнота доверия, душевная расположенность к людям. [2]

Доверие вызывает только тот, кто хорошо одет и причесан, у кого есть чувство вкуса и меры. Можно сказать, что и в сфере бизнеса «встречают по одежке», а уж потом оценивают и другие качества - пунктуальность, четкость, квалификацию, верность слову и т.п. Именно поэтому к внешнему виду делового человека, его повседневному костюму (не говоря уже о торжественных случаях) предъявляется много требований.

Вкус – способность человека эмоционально оценивать различные эстетические свойства, прежде всего различать красивое, прекрасное и безобразное. [4, с.142]

Со вкусом подобранная одежда, аксессуары, опрятный вид делают человека уверенным, собранным, энергичным. [8, с.28]

Недаром в далеком XIX веке будущий миллиардер Рокфеллер начал свой путь к успеху с вложений не в бизнес, а в самого себя: он истратил буквально последние деньги на два важных приобретения: первым приобретением был дорогой деловой костюм, вторым – членская карточка в престижном гольф-клубе. Костюм создавал имидж, карточка давала знакомства и личные связи. Мудрый он был и дальновидный человек, этот Рокфеллер! [11]

Существуют определенные условия, предваряющие акты оценки внешности человека и определенным образом сказывающиеся на их содержании. Эти условия являются психологическими установками, сложившимися в результате познавательной и самопознавательной

деятельности человека, они определяют и психологически мотивируют подход оценивающего к данному объекту.

На основе многих факторов восприятия человека как цельного объекта формируется первоначальная оценка конкретного объекта в момент «первовидения». Отсутствие же у объекта той или иной «детали» или нарушение пропорциональных соотношений между ними является основанием для отрицательной оценки. [1]

Глядя на предпринимателя впервые, сразу составляют впечатление о нем самом и его благосостоянии.

Именно поэтому в западном бизнесе способности и умению человека производить хорошее впечатление придают очень большое значение. Недаром там появилась новая категория людей, так называемых имиджмейкеров – специалистов по имиджу.

Большое значение имеет цвет одежды. Воздействие цветом - мощный психологический раздражитель: им можно успокоить, настроить партнеров на "деловой лад", можно в определенной ситуации вызвать неприязнь или, напротив, положительные эмоции. Цветовые сигналы воспринимаются партнерами на подсознательном уровне. Этим и объясняется "тайная" сила их воздействия.

Согласно данным М. Люшера, создателя широко известного в современной психодиагностике цветового теста, каждый цвет имеет свое психологическое значение. Это подтверждают и отечественные психологи.

Одежда должна соответствовать месту, времени, характеру события. Ее нужно уметь правильно носить. [8, с.28]

Психологи неоднократно убеждались, что из десяти случаев по меньшей мере в восьми наше первоначальное впечатление о других людях складывается по внешним данным. [2; с. 369]

Аккуратный, со вкусом одетый, подтянутый – таков внешний облик делового человека, доброжелательно воспринимаемого окружающими

партнерами и клиентами. И дело здесь не в какой-то изысканности вкуса, а в том, что внешность такого человека свидетельствует о его уважении к людям.

## 1.2. Основные правила внешнего вида

Правила этикета, касающиеся культуры одежды и украшений, в наше время не только сохраняются, но и дополняются новыми, современными:

1. Самое главное – вам должно быть удобно в вашей одежде, так как это придаёт уверенность в себе и ничто не отвлекает вас от работы.

2. Важно помнить о вкусе и элементарном сочетании вещей. Все детали вашего наряда - от обуви до заколки в волосах -должны гармонировать друг с другом.

3. Очень важно, чтобы вещь хорошо сидела – лучше пусть она будет чуть более свободна, чем слишком тесна.

4. Все, что на вас надето, должно быть всегда безукоризненно чистым, отглаженным, застегнутым на пуговицы (а не приметано на «живую нитку» или пристегнуто на булавку), аккуратно подшитым. Сама одежда должна быть аккуратно сшита, так как криво простроченный шов на самом модном платье будет выглядеть некрасиво, неряшливо.

5. Каблуки должны быть аккуратными – стертый, сбитый каблук, растоптанные туфли с прилипшей к ним грязью от позавчерашнего дождя сведут на нет все старания быть модным и элегантным.

6. Волосы должны быть чистыми, даже если вы не делаете специальную причёску. [5, с.18]

7. Прическа выбирается с учетом фигуры человека, типа лица и формы головы.

8. Хороший макияж – это незаметный макияж, который, как говорят профессионалы, должен «хорошо прилегать к лицу».

Все это плюс красивая походка, приятные манеры и улыбка создадут облик элегантного человека.

Главная заповедь элегантности гласит: соответствие каждой вещи общему стилю всего образа важнее, чем её самостоятельная красота.

Таким образом, при всем многообразии правил этикета, относящихся к культуре внешности человека, главный смысл этих требований остается прежним – это чувство меры, гигиеничность и здравый смысл, значение которых подчеркивали еще древние греки.

Так, у Плутарха в его «Застольных беседах» находим: «Суетность, полагаю я, глубоко отличается от опрятности: например, женщины, злоупотребляющие притираниями и благовониями, украшающие себя золотом и пурпуром, представляются мне суетными, но никому не будет поставлено в упрек пристрастие к купанию, натиранию маслом, поддерживанию волос в чистоте». [5, с.18]

Как же определить, чем же измерить это неуловимое чувство меры? Искусствовед И.А. Андреева пишет об этом так:

«Чувство меры – это не какая-то серенькая середина, не оставляющая никакого впечатления. Это точное попадание в цель. Когда нужно, чувство меры подскажет: нужно много, нужно чуть-чуть и так далее.

Развитый вкус и есть прежде всего чувство меры: умение определять и меру (сколько цветов, деталей, отделок в одном предмете одежды будет красиво, как их сочетать и т.д.), и обстановку, ситуацию, для которой подойдет та или иная мера. В основе чувства меры, которое, словно индикатор, определяет наш вкус, прежде всего лежит уважение к себе и к окружающим». [5, с.19]

Из вышесказанного можно сделать вывод, что главное, к чему следует стремиться – это общее впечатление опрятности, аккуратности и даже некоторой педантичности в одежде. Это должно заставить партнера думать, что столь же «подтянуты» вы будете и в делах.

## ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ВНЕШНЕГО ВИДА ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Одежда – один из главных компонентов внешнего вида делового человека.

Конечно, нельзя абсолютизировать значение одежды в нашей жизни. Однако не будем забывать, что она выразительна, привлекает к себе взор людей, вызывая у них конкретные эмоции.

Один из принципов самоподачи делового человека настоятельно рекомендует: если вы хотите быть в первых рядах деловых людей, ваша одежда сегодня должна соответствовать той должности, которую вы хотели бы занять завтра. Так руководителю просто необходим респектабельный вид, а некоторый консерватизм в его одежде обычно воспринимается как символ стабильности. [2]

Общее впечатление от внешности зависит и от движений, от того, как человек ходит, стоит, садится, от характерных поз и жестов. Походка вразвалку, манера горбиться может испортить впечатление от самой красивой внешности. Более того, изящная осанка и гармоничность телодвижений не только украшают внешний вид человека, но и являются наглядными свидетельствами состояния его здоровья. [5, с.31]

При правильном способе шага задействована половина из приблизительно 650 мускулов нашего тела, улучшается работа легких и сердца, достигается психологическое расслабление, исправляется фигура. Правильная ходьба придает человеку уверенный вид, что, как считают некоторые социологи, даже отпугивает преступников. [5, с.31]

Умение правильно ходить начинается с правильной осанки. Голова должна находиться на одной вертикальной линии с корпусом, точнее, с позвоночником. Если же голова будет наклонена вперед или назад, то это приведет к ненужному напряжению мышц шеи и плеч, что способно вызвать преждевременную усталость и даже мышечные спазмы. [5, с.31]

Плечи должны быть развернуты, отведены назад и расслаблены. Бедра, поясница, плечи и голова должны находиться на одной вертикальной линии. Живот подобран. [5, с.32]

Начинающим стоит держать ноги чуть шире бедер, а опытным ходокам – на ширине бедер. Ставить выносимую вперед ногу надо обязательно на пятку, под углом 45 градусов к поверхности земли, причем, перед тем как она начнет опускаться, должен быть момент ее полного выпрямления. Энергию движению придает нога, оставшаяся сзади. Но ее не следует просто поднимать с земли и выносить вперед за счет работы мышц бедра — надо обязательно сделать толчок пальцами ног. У мужчин длина шага составляет 70-76 см, а у женщин – 63-65 см. Во время ходьбы ширина постановки стоп у первых около 12 см, у вторых – около 4 см. [5, с.32]

На походку существенно влияет обувь. Утяжеляют шаг туфли с жесткой, несгибающейся подошвой или на очень высоком каблуке. Следует обращать внимание на согласованность движений верхних и нижних конечностей. При ходьбе руки, вытянутые в локтевом суставе, и кисти со свободно согнутыми пальцами (а не сжатыми в кулак) приближаются к корпусу, чуть касаясь его. [5, с.32]

Таким образом, одежда, походка и манеры могут многое сказать о нашей личности.

## 2.1. Костюм делового мужчины

Самая распространённая и наиболее признанная на сегодня одежда мужчин-бизнесменов – это костюм. Костюм – визитная карточка делового человека. Прежде всего, смотрят, как человек одет. Первое впечатление надолго остаётся в памяти людей, с которыми мы знакомимся. Поэтому пренебрегать своим внешним видом – непростительная ошибка. Например, аккуратность в одежде часто ассоциируются с организованностью в работе, с умением ценить своё и чужое время. [16]

Расхлябанность – синоним суетливости, забывчивости.

Для мужчин современные пособия по этикету и культуре внешности рекомендуют:

1. Повседневный костюм, тщательно отглаженный, дополненный свежей сорочкой и красивым галстуком, вполне заменит выходной костюм и уместен в любом торжественном случае.

2. На особо ответственные и праздничные мероприятия рекомендуется надевать белую сорочку. Галстук может быть любой, но, желательно, не кричащей расцветки однотонный черный галстук (если он не форменный) надевают только в случае траура. (см. рисунок 1)

3. В официальной обстановке пиджак всегда должен быть застегнут (нижнюю пуговицу пиджака не застегивают). В застегнутом пиджаке входят в квартиру к знакомым, в театр, в ресторан, на совещание. У выступающих со сцены, трибуны пиджак должен быть застегнут. Танцуют только в застегнутом пиджаке. Расстегнуть пиджак можно, сидя за столом или в зрительном зале.



Рисунок 1. Различное сочетание галстуков

4. Лучше иметь два носовых платка. Один - в кармане брюк, он используется по назначению; другой - безукоризненно чистый - во внутреннем кармане пиджака, он может понадобиться в самых непредвиденных ситуациях (например, протереть стекла очков, вытащить соринку из глаза и тому подобное.).

5. К пиджаку в клетку или в полоску лучше всего подходят однотонные брюки, а к брюкам в клетку или в полоску однотонный пиджак.

6. Не следует надевать к костюму в полоску сорочку в клетку, и, наоборот, к сорочке в полоску не идет костюм в клетку. В остальном же имеется целый ряд вариантов. Тот, кто не очень полагается на свой вкус, не ошибется, надев к пестрому костюму однотонную сорочку. Сорочка и костюм могут контрастировать между собой и по-другому: чем темнее костюм, тем светлее сорочка.

7. К строгим костюмам подходит обувь темно-коричневого и черного цветов, практичная и ходовая. Светло-коричневые и коричневые ботинки совершенно не подходят к черному костюму. Но черные ботинки вполне хороши к коричневому костюму. Ботинки на толстой подошве, грубые спортивные ботинки и сандалеты подходят только к спортивной, но не к выходной одежде.

8. Цвет носков в любом случае должен быть темнее, чем цвет костюма, являя собой переход от цвета костюма к цвету обуви. Темно-синий, темно-серый, темно-зеленый и черный цвета носков всегда хороши к любому строгому костюму.

9. Не рекомендуется, закидывая ногу на ногу, подтягивать штанину так высоко, что выше носка становится видна голая нога (см. рисунок 2).



Рисунок 2. Недопустимо, чтобы была видна голая часть ноги

10. Тому, у кого слишком высокий рост или узкое лицо, следует покупать шляпу с низкой тульей. Для округлого лица лучше высокая шляпа с мягкими, опущенными полями. Шляпа с узкими полями особенно к лицу людям невысокого роста.

11. Выбор одно- или двубортного пиджака в большей степени зависит от роста. Если рост небольшой, однобортный пиджак делает человека выше, тогда как двубортный делает более пропорциональной фигуру высокого мужчины.

12. Выбор брюк также зависит от роста человека. Широкие брюки делают фигуру более приземистой, в то время как высокий мужчина может носить брюки немного большей ширины.

13. Особого внимания в костюме мужчины требует галстук. Его выбор зависит от цвета, рисунка и ткани костюма. Галстуки-бабочки приняты лишь в официальных случаях. А к вечернему темному костюму больше подходит галстук из натурального или искусственного шелка.

К костюму из ткани в мелкий рисунок подходит практически любой галстук, а к пестрому костюму – лучше однотонный, подходящий по цвету. Существует правило, что галстук должен быть одного тона с костюмом, но светлее или темнее, либо костюм и галстук должны быть контрастных тонов. Но этот контраст должен быть единственным в данном туалете. К спортивной рубашке, а также к шерстяным рубашкам галстук не нужен. Разумеется, галстук должен быть аккуратно и правильно завязан.

Существует так называемая салонная одежда, используемая для официальных посещений. К такой одежде относятся фрак и смокинг. [5, С.28-29]

Фрак – верхняя часть мужского парадного костюма с вырезанными спереди полами и длинными узкими фалдами сзади. [6]

Смокинг (англ. smoking-jacket, букв. Пиджак, в к-ром курят) – пиджак черного сукна с открытой грудью и длинными, обычно обшитыми шелком, лацканами. [12]

Ношение фрака и смокинга строго регламентировано. Так, смокинг не надевают на мероприятия, начинающиеся до 17 часов. В нем ходят только на послеобеденные и вечерние торжества, в театр на премьеры. К смокингу надевают белую сорочку, черный жилет и галстук-бабочку, черные

полуботинки и темные носки. По швам брюк с внешней стороны должна проходить атласная тесьма-галун.

Во фраке не ходят по улицам без пальто или плаща. Фрак считается парадной одеждой, которую носят исключительно в высокаторжественных случаях, например, на парадном обеде, торжественном представлении, официальном приеме, больших балах и тому подобное. В дипломатическом мире во фраке являются только на вечерние аудиенции.

К фракку обязательны: черные брюки без обшлагов (отворот на конце рукава, а также вообще нижняя пришивная часть рукава) [7, с.440] с двумя шелковыми галунами по боковым швам; белый пикейный жилет; белая сорочка с накрахмаленной грудью и жестким воротничком; белый галстук-бабочка; лакированные черные туфли и черные носки. (Черный суконный жилет и черный галстук предназначены для официантов.) [5, С.29-30]

## 2.2. Костюм, макияж и причёска деловой женщины

Стремление женщины быть заметной – глубинная потребность ее. Повышать или снижать ауру власти и обаяние женщины может цвет костюма. Требования, предъявляемые к одежде деловой женщины, в принципе мало чем отличаются от требований, предъявляемых к одежде делового мужчины. Однако деловой этикет позволяет женщине отходить от жестких мужских стандартов. [16]

Для женщины-бизнесмена, желающей добиться успеха, очень важно помнить о своей внешности.

Для женщин даются следующие рекомендации:

1. Вам должно быть удобно в вашей одежде. Никогда не следует, выходя на публику, в первый раз надевать новый костюм. [3, с.36]
2. Следует обращать внимание на то, чтобы и платье, и дополнения к нему были выдержаны в одной цветовой гамме. Не рекомендуется соединять более двух цветов: один цвет – основной, другой – дополнительный, отделочный (см. рисунок 3).



Рисунок 3. Различные варианты деловых костюмов для женщин

3. Выбор цвета – дело вкуса. Но следует учитывать, что на фоне платья черного цвета морщинки становятся заметнее. Этого помогают избежать белые воротнички, жабо, вставки. Скрывают морщины блестящие клипсы и серьги. [5, с.30]

4. Блузки должны быть просты, элегантны и выглядеть дорогими. Сложный дизайн блузки не гармонирует с деловым жакетом. Рюши, кружева придают женственность. Прозрачные или облегающие блузки годятся только под жакет.

5. В гардеробе деловой женщины должны быть две-три юбки, жакеты, две-три блузки. Менять туалеты желательно часто, ведь одна и та же вещь, надеваемая каждый день, надоедает и "гасит" настроение. [16]

6. Разрез на юбке может быть только сзади, при этом небольшой - не выше колен. Юбка не должна мешать ходить – если вам неудобно в ней подниматься по лестнице, значит, она слишком узкая или слишком короткая. [17]

7. Идти без чулок на какое-либо торжественное мероприятие неприлично, даже в самую жаркую погоду.

8. Модных сумочек всегда много, однако, выбирая, следует придерживаться одного главного правила: миниатюрной особе с осиной талией не подходит большая сумка. И наоборот, женщинам высокого роста не стоит приобретать маленькие сумочки. Кроме того, дамскую сумочку рекомендуют надевать на руку, а не размахивать ею, держа в руке.

9. Фактура, рисунок, цвет ткани платья или костюма должны соответствовать возрасту, цвету волос и лица, росту и вообще всей фигуре. Ткани с крупными узорами подходят только высоким, стройным женщинам, для низких они не годятся. [5, с.30]

10. Исключаются из деловой одежды трикотажные джемперы, жилеты и др. Полный человек выглядит еще полнее в костюме или платье из ткани в поперечную полоску, с крупным рисунком, очень светлых.

11. Для женщин обувь является важнейшей частью туалета. Наиболее элегантными являются лодочки с закрытым носком и пяткой. В деловой сфере белые туфли неприемлемы. Они выглядят дешево и не являются символом успеха. (см. рисунок 4)



Рисунок 4. Оптимальный выбор туфель для деловой женщины

12. Летняя одежда должна быть из натуральных материалов или с небольшим вложением синтетических или ацетатных волокон.

13. Прическа, макияж, бижутерия должны органично дополнять ваш деловой костюм. Прическа должна быть строгой, но вместе с тем элегантной. Косметика должна быть заметной лишь на близком расстоянии. Специалисты рекомендуют покупать больше косметики профилактической, чем декоративной. Духи следует использовать в таком количестве, чтобы их запах был едва заметен. И, конечно, это должны быть хорошие духи. [16]

Вещи способны по-своему управлять поведением человека и регулировать его настроение. Та или иная одежда диктует ее хозяину поведение, определяет, какие позы, жесты, движения и походка допустимы. Поэтому, к примеру, в джинсах девушка ведет себя несколько иначе – более

раскованно, свободно, чем в вечернем платье, а в модной куртке человек чувствует себя иначе, чем в рабочем ватнике.

И все же прав был О. Бальзак, который писал: «Тайна туалета заключается не в платье, а в известной манере носить платье», и еще: «Пустой человек украшается, только умный человек умеет одеваться». Не случайно этикет всегда содержал в себе целый раздел правил и требований, относящихся к культуре ношения одежды и украшений. [5, с.17]

Таким образом, при всем многообразии правил этикета, относящихся к культуре внешности человека, главный смысл этих требований остается прежним – это чувство меры, гигиеничность и здравый смысл, значение которых подчеркивали еще древние греки.

### 2.3. Аксессуары как элемент этики внешности делового человека

Деловой человек всегда имеет аксессуары высокого качества, которое он только может себе позволить.

Аксессуары делового человека должны отвечать основному правилу - сдержанность и строгость, то есть полный отказ от слишком блестящих, массивных и авангардных украшений.

#### 2.3.1. Мужские часы

Часы для делового человека - очень важная деталь, стоимость и внешний вид которой играет далеко не последнюю роль в определении статуса бизнесмена. Разные мужчины по-разному воспринимают этот аксессуар, состоятельные любители роскоши часто носят кричащие, украшенные камнями часы, более скромные бизнесмены предпочитают менее вычурные модели демократичных марок, а есть и такие, кто носит одни часы десятилетиями в силу каких-то личных причин.

Часто мужчины имеют несколько разных пар часов, предназначенных для разных деловых и светских ситуаций. Как и большинство аксессуаров, более простые и сдержанные модели часов всегда выглядят официально и по-деловому. Согласно правилам этикета, к смокингу или фраку часы, какими бы

они роскошными не были, не надевают вовсе. Считается, что на мероприятиях, требующих такого костюма, следить за временем не принято.

Мужчинам, которые по роду своей деятельности должны придерживаться строгого дресс-кода, например, политикам или судебным адвокатам, следует выбирать классические модели часов, без ювелирной отделки, без движущихся деталей внутри циферблата, а также избегать моделей со слишком выразительными и крупными циферблатами.

В деловом наборе аксессуаров вполне допустимы часы и с золотыми, и с серебряными корпусами, равно как и металлические и кожаные ремешки. Мужчинам, работающим в компаниях с гибким дресс-кодом, позволены некоторые эксперименты. Постарайтесь подобрать модель, отвечающую вашим личным предпочтениям, но в любом случае не забывайте об определенных рамках и чувстве меры. [15]

### 2.3.2. Запонки

Рубашка с французскими манжетами предполагает наличие запонок. Запонки, как и любое другое украшение, могут быть из разных металлов, с камнями и без, с гравировкой, украшением эмалью и так далее. При покупке запонок, не забывайте, что окружающие уделяют данному аксессуару немалое внимание, и на основе их внешнего вида и предполагаемой стоимости в той или иной степени формируют мнение о человеке, который их носит. Внешний вид запонок должен соответствовать не только вашему статусу, но и определенной ситуации.

Оригинальные или эксклюзивные запонки уместны на вечеринках, но только в том случае, если они в определенной степени отражают эксцентричную натуру владельца. [15]

### 2.3.3. Зажимы, булавки и цепочки для галстука

Чаще всего деловой образ предполагает наличие галстука. Далеко не все мужчины носят с галстуком зажимы, булавки или другие аксессуары, однако такие вещи помимо эстетической функции имеют и вполне практическое значение. Например, зажим не позволит галстуку поддаться порыву ветра и

изменить свое положение. Идеальный зажим для галстука – строгая металлическая клипса из золота, серебра или другого металла, любое украшение на зажиме выглядит кричаще и неуместно.

Зажим предпочтительно располагать под определенным углом, такое положение сбалансирует строгие линии галстука и слишком официальную коннотацию, которую многие приписывают данному аксессуару. Булавки и фиксирующие цепочки для галстуков менее популярны, нежели зажимы, однако к ним применимы те же правила. Эти украшения в деловом гардеробе должны быть выдержаны в максимально сдержанном стиле. [15]

#### 2.3.4. Шейный платок

Этот аксессуар поможет добавить красок даже в самый строгий деловой наряд. В принципе его можно считать женским вариантом галстука, причем особенно элегантно он смотрится, если совпадает с цветом глаз его обладательницы. Важно только помнить о том, что платок, надетый под рубашку, должен выглядеть естественно, а не так, словно его туда заправили.

Вы можете экспериментировать с узлами, расположением аксессуаров, в общем, ищите свой стиль – и вы его непременно найдете. Единственное, следует обратить внимание на то, что платок, завязанный как пионерский галстук, не сочетается с имиджем деловой женщины. [14]

#### 2.3.5. Украшения

В деловом мире принято носить украшения золотые, серебряные, жемчужные или их комбинации. Украшения с драгоценными камнями носят только в вечернее время. Кольца должны гармонировать с туалетом и внешним видом хозяина. Их принято носить на безымянном пальце. Нежелательно носить маленькие кольца, так как они врезаются в палец, оставляя глубокий след, остающийся надолго, даже если такие кольца уже не надевают. Кольцо, которое носят на мизинце, укорачивает и расширяет руку. Значительно подчеркивают ширину руки маленькие изящные кольца. Кольцо на указательном пальце – признак плохого вкуса. Изящество руки

подчеркивает небольшой камень в тонкой оправе, крупный - всегда подчеркивает лишь свою собственную красоту. Любые кольца хорошо смотрятся на узкой руке с длинными пальцами. На такой руке кольцо с камнем в выпуклой оправе выглядит красиво даже на среднем пальце. Кольца с камнями насыщенных цветов подходят для всех рук, а неяркие, прозрачные - для смуглых.

Украшения на мужчинах действуют на клиентов отпугивающее. Допускается носить два кольца: обручальное и печатку. Предпочтение отдается украшениям, сделанным из самого "мужского" драгоценного металла – платины. [16]

#### 2.3.6. Очки

Оправа очков не должна точно копировать форму лица, а только сохранять его линию. Верхняя часть оправы должны быть на одной линии с бровями, а глаза располагаться в середине стекол. Оправа не должна быть шире лица и ниже середины щек, то есть ниже уровня ноздрей, чтобы не искажать форму лица. Хорошо, когда оправа очков гармонирует с цветом волос, бровей, одежды. К темным волосам, темным бровям выбирают темную оправу. Но помнят, что тяжелая темная оправа увеличивает нос. К светлым волосам подходит металлическая или мягко тонированная пластиковая оправа. [8, с.35]

#### 2.3.7. Ручка

На ручку делового мужчины, а также женщины обращают внимание не меньше, чем на другие аксессуары. Наряду со швейцарскими часами и изящными очками, хорошая ручка относится к разряду вещей, которые могут раскрыть истинный социальный статус своего владельца. Среди престижных фирм, выпускающих дорогие авторучки, наибольшей популярностью в России пользуются фирмы Parker, Sheatter, Mont Blanc и Cross.

Можно сделать вывод, что культура внешности человека – это необходимая составляющая этикетных ситуаций общения. И чтобы это общение стало общением достойных, воспитанных людей, стоит

придерживаться правил приличия в отношении внешнего вида мужчины и женщины. [8, с.35]

## СРАВНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ВНЕШНЕМУ ВИДУ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА ВО ФРАНЦИИ И ЯПОНИИ

Требования к внешнему виду делового человека, как не странно, в разных странах отличается. Это явление обусловлено менталитетом, обычаями и традициями страны.

Главное правило поведения в чужой стране, которому нужно неукоснительно следовать, это – чувствовать себя гостем и вести соответственно, уважать хозяев и достойно представлять свою родину. По вашему поведению, манерам, внешнему виду будут судить о вашей стране, поэтому следует быть деликатными и вежливыми.

### 3.1. Требования к внешнему виду во Франции

Требования к внешнему виду делового человека во Франции в основном те же, что и в других европейских странах, но есть одно важное правило: одежда должна быть высокого качества, из натурального материала. Исключите из вашего гардероба всю синтетику. [23]

Они [французы] строго соблюдают необходимые правила этикета и следят, чтобы определенные вещи ни в коем случае не делались прилюдно. Здесь не принято, чтобы мужчины причесывались на улице, а женщины поправляли макияж. Какой бы жаркий ни стоял день, француз, идя по улице, никогда не снимет пиджак и не распустит узел галстука; одежда его всегда будет в полном порядке. [10]

Мужчины должны отдавать предпочтение однотонным костюмам или чуть заметной полоске. Зимой светлые тона костюма исключаются. На приемы до 20:00 можно одевать любые костюмы не ярких цветов. На приёмы, начинающиеся после 20:00 следует надевать костюмы черного цвета.

Пиджак должен быть застегнут всегда. Расстегнуть его можно, когда вы ужинаете или сидите в кресле театра. Под пиджак можно надеть и свитер с V-образной горловиной. Рубашка под пиджаком допускается только с длинными рукавами. Не следует надевать нейлоновые и трикотажные рубашки. Воротник должен быть на сантиметр, полтора выше воротника пиджака.

Жилет должен быть не слишком короткий, ни рубашка, ни ремень не должны быть видны. Ремень исключает подтяжки и наоборот. Цвет носков должен быть темнее, чем костюм. Брюки должны быть такой длины, чтобы спереди чуть спускаться на обувь, а сзади доходить до начала каблука. Лакированная обувь должна надеваться только к смокингу.

У верующих мужчин может быть маленький крестик на тонкой цепочке, запрятанный под одежду. Также допускается прицепить на галстук булавку или закрепку с одной розовой или серой жемчужиной. Рекомендуемая форма мужского кольца – кабошон (округлая шлифовка драгоценных камней с одной (верхней) или двух сторон [13]).

Женщинам на важные переговоры необходимо надевать вместо брюк деловой костюм. Желательно не одеваться в один цвет. Разрезы возможны лишь на длинных юбках, а максимальная глубина декольте не должна превышать две расстегнутые пуговицы на блузе.

Даже летом необходимо носить колготки.

Допускается ношение до 13 украшений одновременно, но только высокого качества.

Запрещается ношение высоких каблуков во время переговоров. [22]

### 3.2. Требования к внешнему виду делового человека в Японии

Вся жизнь японцев насыщена всевозможными церемониями и подчинена строгому протоколу. [23]

В одежде японцев очень ощутимы стремление к унификации, желание не выделяться, присущие национальному характеру, а также традиции корпоративной «командной» этики, где все едины.

Стиль костюма и внешнего вида в японском деловом мире весьма консервативен. Строгий деловой костюм, лишённый всякой вычурности и намёка на модернизм – самый наилучший вариант для переговоров с японскими партнёрами. Вероятно, соответствие определённым правилам в одежде распознается как принадлежность к тому же самому деловому сообществу, кругу людей, с которыми «можно иметь дело». При контакте с

японскими бизнесменами костюм и галстук обязательны, однако галстук может быть и самой решительной расцветки, если костюм строгий – это не вызовет особого удивления.

Строгий японский этикет запрещает даже во время переговоров снимать пиджаки или распускать узлы галстуков, за исключением случаев, когда это предлагает сделать глава делегации ваших партнеров, давая понять, что наступило время неформальных переговоров. [21]

Одежда должна быть чистой, особенно ботинки. В самой Японии 99% сотрудников компаний ходят на работу в черных лакированных ботинках. Учитывая тот факт, что в доме японцы ходят без обуви, ей придается также церемониальный смысл защиты и чистоты помыслов. Однако, если чистая одежда на вас немного помята, в Японии это не вызовет осуждения - значит, вы «горите на работе».

Таким образом, можно заметить определённые сходства и различия в требованиях к внешнему виду делового человека во Франции и в Японии.

Можно сделать вывод, что с учетом принадлежности России к европейской культуре можно смело говорить о том, что по сравнению с Востоком между Россией и Западом имеется полное взаимопонимание. Это порождает определенный комфорт в общении деловых людей. Исторический опыт отношений России с Японией намного более противоречив. Закрытость Японии до середины девятнадцатого века, а затем и последовавшая череда военных и политических конфликтов между нашими странами не позволяли двум народам наладить открытое общение друг с другом вплоть до последнего времени. И тем не менее есть один важный фактор, роднящий русских и японцев – элементы азиатской ментальности. Она выражается не только в стабильном и искреннем интересе к культуре соседа в обеих странах, но и на уровне личного общения, в том числе и деловых людей. [19]

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, этикет, в конечном счете, выражает содержание тех или иных принципов нравственности, в традиционном обществе он, как правило, становится ритуалом, имеет чисто внешнюю, оторванную от своего нравственного содержания форму, строго канонизированный характер. Внешний вид делового человека играет большую роль в современном обществе, так как именно от него во много зависит востребованность человека.

Представления о красоте внешнего вида человека необычайно неустойчивы, но этот вопрос всегда был в эпицентре культуры и находил свое отражение в нормах приличия. Большое множество предметов одежды, аксессуаров позволяют человеку максимально проявить свой вкус, чувство прекрасного, а также подчеркнуть достоинства и скрыть недостатки своей фигуры. Но в целом в настоящее время требования к одежде далеко не так категоричны, как когда-то. Однако и сейчас в развитых демократических странах предприниматели придают очень высокое значение внешнему виду своих сотрудников и деловых партнеров.

В целом деловая одежда в европейских и восточных странах не сильно отличается (на примере Франции и Японии) в виду всеобщей глобализации, но остаются те или иные традиции, влияющие на формирование внешнего вида.

Из всей работы можно сделать вывод, что любой деловой человек должен помнить, что своим внешним видом, одеждой, манерами он представляет не только себя, но и фирму и дело, которым занимается. Раздражать своего партнера, посетителя или клиента неудачно выбранным костюмом и небрежной внешностью по крайней мере не лучший метод работы.

Правильный внешний вид помогает приобрести уверенность.

Многое зависит от того, насколько выгодно преподнесёт себя человек в той или иной ситуации. Так как окружающие люди формируют о вас мнение

в течении первых же секунд, необходимо понимать, что именно внешний облик является «обложкой», по которой судят о человеке.

Таким образом, культура внешнего вида – это один из основных компонентов в жизни делового человека, который помогает в профессиональном росте работника любой сферы.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Богуславский В. М. Оценка внешности человека/ Богуславский В.М. – М: ООО "Издательство АСТ", 2004. – С. 8-22.
2. Бороздина, Г.В. Психология и этика делового общения: учебник для бакалавров/ Г.В. Бороздина, Н.А. Кормнова; под общ. ред. Г.В. Бороздиной. - М.: Издательство Юрайт, 2012. – 463с. – (Сер. Бакалавр).
3. Браун, Л. Имидж – путь к успеху/ Л. Браун. – СПб.: Питер, 2011. – с.189 – (Сер. Against the Clock)
4. Гуревич П.С. Эстетика: учебное пособие/П.С. Гуревич. – М.: КНОРУС, 2011. – 456с.
5. Кузнецов, И.Н. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для студентов вузов / Автор-составитель И.Н. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 431 с.
6. Кузнецов, С.А. Большой толковый словарь русского языка / С. А. Кузнецов - 1-е изд. – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
7. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. - 4-е изд., дополненное. - М.: Азбуковник, 2004. – 944с.
8. Солоницына, А.А. Профессиональная этика и этикет. Учебник/ А.А. Солоницына. – Владивосток: Дальневост. ун-та, 2005. – 200 с.
9. Чернышева, О.А. Обществознание. Карманный справочник. 9-11 классы: учебно-методическое пособие/ О.А. Чернышева. – Ростов н/Д: Легион, 2013. – 368 с. – (Сер. «Готовимся к ЕГЭ»)
10. Япп Н., Сиретт М. Эти странные французы/ Переводчик(и): И.А. Тогоева. – М.: Эгмонт Россия Лтд., 1999. – 180 с.
11. Баженова, Е.В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе [Электронный ресурс]/ Е.В. Баженова – Режим доступа: <http://fb2.booksgid.com>

12. Винокур Г. О., проф. Ларин Б. А., Ожегов С. И., Томашевский Б. В., проф. Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка: В 4 т. [Электронный ресурс]/ Под ред. Ушакова Д. Н. – Режим доступа: <http://ushakovdictionary.ru>
13. Епишкин, Н. И. Исторический словарь галлицизмов русского языка [Электронный ресурс]/ Н.И. Епишкин – Режим доступа: <http://gallicismes.academic.ru>
14. Аксессуары делового человека [Электронный ресурс]/ Режим доступа: [http://www.start4you.ru/content/opinions/aksessuary\\_delovogo\\_cheloveka.html](http://www.start4you.ru/content/opinions/aksessuary_delovogo_cheloveka.html)
15. Аксессуары для делового человека: вкус и чувство меры [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://www.luxemag.ru/menfashion/6933.html>
16. Внешний вид делового человека [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://referatwork.ru/refs/source/ref-127314.html>
17. Деловая одежда для женщин: как выглядеть профессионально [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://www.beautynet.ru/stylearticles/344.html>
18. Деловой этикет и его основные элементы [Электронный ресурс]/ Режим доступа: [http://www.coolreferat.com/Деловой\\_этикет\\_и\\_его\\_основные\\_элементы](http://www.coolreferat.com/Деловой_этикет_и_его_основные_элементы)
19. Деловой этикет в Японии [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://www.sekretarskoe-delo.ru/?id=589>
20. Культура внешнего вида [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://sowet-sekret.com/2012/06/1-kultura-vneshnego-vida/>
21. Культура внешности [Электронный ресурс]/ Режим доступа: [http://www.training-partner.ru/staty/kultura-vneshnosti.html#.VIII\\_n8wCw5](http://www.training-partner.ru/staty/kultura-vneshnosti.html#.VIII_n8wCw5)
22. Стандарт проведения деловых переговоров с представителями французских компаний [Электронный ресурс]/ Режим доступа: [http://www.coolreferat.com/Представители\\_Франции\\_в\\_межкультурных\\_контактах\\_часть=6](http://www.coolreferat.com/Представители_Франции_в_межкультурных_контактах_часть=6)

23. Энциклопедия этикета. Особенности этикета в разных странах [Особенности этикета в разных странах]/ С.И. Бестужева-Лада – Режим доступа: <http://www.passion.ru/etiquette.php/vr/24/>