

## NOWADAYS ETIQUETTE: TRADITIONS AND INNOVATIONS

### MŪSDIENU ETIĶETE: TRADĪCIJAS UN INOVĀCIJAS

Zanda Lejniece Riga Technical University, Institute for Humanities, doc., 16 Azenes str., Riga, LV – 1048, Latvia.

*Atslēgas vārdi: saskarsme, etiķete, uzvedības kultūra, uzvedības normas, tradīcijas, inovācijas*

XXI gs. sākums iezīmējas ar būtiskām pārmaiņām sabiedrības ekonomiskajā, politiskajā un kultūras dzīvē, izraisot atbilstošas korekcijas cilvēku savstarpējās attiecībās un saskarsmē, izvirzot jaunas problēmas un liekot pārskatīt iepriekšējās vērtības. Zīmīgi, ka pašreizējā periodā pieaug interese par saskarsmi un tās daudzveidīgajiem aspektiem, ko mūsdienu speciālisti interpretē kā vienu no cilvēciskās eksistences pamatjautājumiem.

Saskarsmes kvalitāti ietekmē etiķete. Jēdziens „etiķete” cēlies no franču valodas (etiquette). Vārda senākajā un šaurākajā nozīmē tas tiek lietots preču zīmes apzīmēšanai. Šodien šo terminu daudz biežāk izmanto cilvēka uzvedības standarta raksturošanai. Etiķete ir uzvedības un attiecību normu kopums, kas veidojies cilvēku sabiedrībā vairākus gadu tūkstošus un raksturo cilvēku attiecību ārējās izpausmes [1].

Jau no seniem laikiem pieklājīga un patīkama uzvedība ir augstu vērtēta. Pieklājības normas ir veidojušās un pārveidojušās visā cilvēces attīstības gaitā saskaņā ar attiecīgā laikmeta vajadzībām un tradīcijām. Pirmie apcerējumi par uzvedības normām – galda piederumu lietošanu, uzvedību sabiedrībā u.c. – sarakstīt Ēģiptē aptuveni 3 tūkstošus gadu p.m.ē. Antīkās pasaules filozofs Platons savā darbā „Dzīres” slavina mērenību, prasmi ievērot normas ēdot un dzerot vīnu. Norādījumus par uzvedību ģimenē, sadzīvē un plašākā sabiedrībā satur arī Bībele.

Pirmo specifiski etiķetei veltīto darbu autori ir itāļi (piem., Tommazio di Čiklarija darbs „Traktāts par pieklājību” (1200.), mūka Bovančini de Rivas pētījums „Piecdesmit uzvedības noteikumi pie galda” (1290.). Tieši no Itālijas etiķete kopā ar mākslu un zinātņi pamazām ieviesās arī citās Eiropas valstīs. Šai sakarā Itāliju var uzskatīt par etiķetes dzimteni.

Turpinot itāļu tradīcijas, sākot ar XIV gs., grāmatas par uzvedību un manierēm sāk izdot arī Francijā. Par spilgtāko un vēsturē pazīstamāko etiķetes attīstības posmu tiek uzskatīts Francijas karaļa Luija XIV valdīšanas laiks. Šajā periodā franču galmā uzplauka saviesīgā dzīve: tika rīkoti krāšņi svētki, balles, karnevāli u.c., kas deva impulsu dažādu rituālu un ceremoniju standartu izstrādāšanai un ieviešanai.

Anglijā pirmās etiķetes rokasgrāmatas tika izdotas XV gs. Tās bija paredzētas džentlmeņiem un aprakstīja labas uzvedības noteikumus visdažādākajās dzīves situācijās, sākot no medībām līdz karošanai (piem., grāmata „Smalku džentlmeņu etiķete jeb Lorda Česterfīlda pārbaudīti ieteikumi savam dēlam”).

Amerikā par etiķeti sāk interesēties tad, kad dzīve kļuva pārticīgāka. Sākotnēji ASV uzvedības normas tika pārņemtas no Eiropas, visbiežāk – no Parīzes un Londonas. Etiķetes standartu rašanās un pielietošana Amerikā notika daudz brīvāk un elastīgāk salīdzinājumā ar konservatīvo Eiropu.

Etiķetes veidošanās un attīstība Rietumeiropā stimulēja izmaiņas uzvedības kultūrā arī Krievijā. Par eiropisko tradīciju ieviešanas aizsācēju Krievijā tiek uzskatīts cars Pēteris I. Šo procesu turpināja Katrīna I un Pāvils I.

Latvijā īpaši pētījumi par etiķetes attīstību nav veikti. Atsevišķus norādījumus par uzvedības kultūru satur mūsu bagātā folklorā. Pēc vācu krustnešu ienākšanas Latvijā ar uzvedības normu ieviešanu galvenokārt nodarbojas vācu muižnieki, pārņemot tās no Rietumeiropas. Taču vienkāršās tautas sadzīvē pastāvēja arī lokāla rakstura paradumi un tradīcijas, kas tika stingri ievēroti. Latviešiem bija savas kristību, iesvētību, precību, svētku svinēšanas un apbedīšanas tradīcijas [2].

Īpaša interese par etiķetes jautājumiem mūsu valstī iezīmējas pēdējo 15 – 20 gadu laikā. Tas saistīts ar Latvijas neatkarības atjaunošanu, brīva tirgus veidošanos un konkurences saasināšanos, kā arī ar globalizācijas procesiem, kas nodrošināja plašu informācijas pieejamību un starptautiskās pieredzes apgūšanu.

Sabiedrības attīstības vēsture liecina, ka noteiktas cilvēku uzvedības normas (etiķete) ir pastāvējusi jau kopš civilizācijas pirmsākumiem. Mainoties sociālajai videi, mainījās arī uzvedības modeļi, tādējādi nodrošinot etiķetes elastīgumu un dinamiku. Mūsdienu apstākļos etiķete vairs netiek uzskatīta par sabiedrības elitārās daļas privilēģiju vai arī šauri didaktisku audzināšanas līdzekli. Kaut arī pašreizējā perioda saskarsmes standarti būtiski atšķiras no iepriekšējo vēsturisko laikmetu modeļiem, tomēr apstākļiem atbilstoša, korekta, eleganta un taktiska uzvedība jebkurā dzīves situācijā joprojām tiek vērtēta augstu.

Cilvēku saskarsmi sabiedrībā determinē vairāki faktori: kultūras mantojums, sociālie konteksti un apstākļi, komunikatīvās mijiedarbības formas. Uzvedības standarti un etiķetes normas ir nozīmīgi kultūras mehānismi, kas nodrošina civilizētus kontaktus starp cilvēkiem. Etiķete nosaka saskarsmes noteikumus starp dzimumiem, vecumiem, dažādām sociālām, profesionālām un citām sabiedrības grupām. Tā ir arī nozīmīgs socializācijas un personas audzināšanas faktors.

Sabiedrības funkcionēšanā nenoliedzami iespējamas arī situācijas, kurās etiķetes standarti minimāli ietekmē saskarsmes stratēģiju. Šādās situācijās saskarsmes partneri var arī nerespektēt etiķetes parametrus un savu uzvedību saskaņot ar citiem vērtību kritērijiem.

Etiķete ir sabiedrības garīgās kultūras elements. Tās standartos (jeb normās un principos) vispārinātā veidā iesaistās arī kultūras pieredze. Gatavi uzvedības principi un formas, ko ikviena nākošā paaudze pārņem no iepriekšējās, atbrīvo cilvēku no nepieciešamības tos katrreiz radīt no jauna. Līdz ar to kultūra tiek uztverta kā secīga, savstarpēji saistītu vērtību un pēctecību translācija. Tai pašā laikā atteikšanās no iepriekšējām normām ir ne tikai iespējama, bet dažos gadījumos arī nepieciešama procedūra sabiedrības stabilai un progresējošai attīstībai. Atbilstoši kultūras tipam, etiķete var būt veidota kā ieteikumu vai kā aizliegumu sistēma. Vairums mūsdienu etiķetes kodeksu ir visai elastīgi, apvienojot dažādas rekomendācijas, sākot no padomiem un beidzot ar aizliegumiem.

Etiķete ir sarežģīta un nebūt ne vienkārši traktējama sociāla parādība. Tā ir patstāvīga un relatīvi neatkarīga sistēma, kas cieši saistīta ar kultūru un morāli. Etiķete ir tikumības apakšsistēma, viens no tās realizācijas mehānismiem, ar kura palīdzību morāles vērtības ienāk ikdienas dzīvē [3].

Etiķetes kā sistēmas pamatā ir morāles „zelta likums” – „Izturies pret citiem tā, kā tu gribētu, lai viņi izturas pret tevi”, kurš dažādi formulēts, parādās jau antīkās pasaules, senās Ķīnas un Indijas filozofijā. Šis morāles likums vispārinātā veidā raksturo arī etiķetes mērķi – veidot tādu saskarsmes modeli, lai citi cilvēki mūsu sabiedrībā justos patīkami. Šai sakarā etiķete pilda divas funkcijas:

- 1) regulē cilvēku attiecības sabiedrībā;
- 2) estetizē cilvēku uzvedību.

Šo mērķi – cilvēku attiecību harmonizēšanu – nodrošina gan vispārpieņemtie etiķetes noteikumi, gan relatīva atkāpšanās no tiem, gan nestandarta situāciju radošs risinājums [4]. Lai etiķete varētu efektīvi funkcionēt, tai vienlaikus jārespektē kā sabiedrības vēsturiskajā pieredzē izstrādātās vērtības, tā arī elastīgi jāpiemērojas jaunajiem sociālajiem apstākļiem. Šai sakarā etiķetes attīstībā vienlaikus iezīmējas divas tendences: tradīciju saglabāšana un inovāciju veidošana.

Tradīcija (lat. traditio – nodošana, vēstījums) visplašākajā nozīmē tiek interpretēta kā viss vēsturiskais mantojums, kas aptver visu sabiedrības filogēnēzi. Šajā skatījumā mūsdienu sabiedrība ir cilvēces visas iepriekšējās attīstības reprezentācija. Šaurākā nozīmē tradīcija ir tikai tie mantojuma fragmenti, kuri saglabājušies tagadnē un ar to cieši savijušies. Tradīcija realizējas kā pieredzes uzkrāšanas, saglabāšanas un tālāk nodošanas mehānisms, tā nodrošina pārmantojamību, pēctecību, recepciju. Tradīcija ir vēsturiskās pieredzes koncentrāts. Atšķirībā no visas cilvēces vēsturiskās pieredzes, kura veidojas kā nepieciešamā un nejaušā, būtiskā un nebūtiskā utt. summa, tradīcijās apkopota atlasīta, sakārtota, strukturēta pieredze. Tradīcijas koncentrētas uz to, kas mainīgajā ir kopīgs, noturīgs, atkārtojams un saglabājams. Tradīcijas, reproducējama stabilas vērtīborientācijas un uzvedības formas, nodrošina relatīvi nemainīgu un atkārtojamu attiecību nostiprināšanu un atjaunošanu.

Tradīcijas realizējas sabiedrības dažādu dzīves jomu sakārtošanā, stabilizēšanā, kā arī tās viengabalainības, nepārtrauktības un kvalitatīvās noteiktības nodrošināšanā. Tradīcijas efektīvi funkcionē gan haosa un neorganizētības ierobežošanā, gan sociālo orientieru deficīta vai nenoteiktības novēršanā. Tās nodrošina individuālās pieredzes transformāciju un iekļaušanu kolektīvajā pieredzē, un pretēji – ar tradīciju starpniecību indivīds apgūst ne tikai grupas un sabiedrības, bet arī visas cilvēces pieredzi, turklāt uzreiz koncentrētā, sintezētā veidā. Nozīmīgi ir arī tas, ka tradīcijas indivīda socializāciju veic nevis ar racionāli loģisku procedūru starpniecību, bet gan indivīdam identificējoties ar kopību (grupu, stratu, sabiedrību), tādējādi līdzpārdzīvojot kopīgo darbību. Tradīcijas stiprina cilvēku sociālās saites, kā arī veido viņus kā personības [5].

Runājot par tradīcijām etiķetē, jāatzīmē, ka to vidū pastāv tādas, kuras caurauž visu cilvēces vēsturi, kā arī tādas, kuras tipiskas tikai kādam laikmetam vai nacionālai kultūrai. Pašas noturīgākās uzvedības tradīcijas ir nostiprinājušās vispārcilvēciskās etiķetes formā, kādai atsevišķai kultūrai raksturīgas – nacionālās un reliģiskās etiķetes veidā. Kā pašas universālākās tradīcijas var minēt tos etiķetes rituālus, kuri saglabājušies līdz mūsdienām: sasveicināšanos, iepazīstināšanu, apdāvināšanu, runas un klausīšanās kultūru, viesmīlību u.c. Savukārt šo vispārīgo tradīciju ietvaros pastāv arī laikā un telpā lokalizēti uzvedības modeļi. Tā, piemēram, sasveicināšanās rituāli ir atšķirīgi dažādām tautām un reliģijām: Japānā un Ķīnā – paklanīšanās, hinduistiem – plaukstu salikšana konusā un galvas noliekšana, slāviem – saskūpstīšanās utt.

Tradīcijas etiķetē ietekmē cilvēku uzvedību, nodrošinot relatīvi vienveidīgas rīcības masveidīgumu, atkārtojamību, sociālo procesu stabilitāti un prognozējamību, tādējādi regulējot un atvieglojot cilvēku saskarsmi. Tradīcijas var funkcionēt arī kā cilvēka vai grupas rīcības motīvs. Viena no to priekšrocībām ir tā, ka tradīcija neprasa veikt izvēli tādās situācijās, kuru jēgu jau agrāk – tradīcijas veidošanas gaitā – apjautusi, izpratusi un izvēli izdarījusi kolektīvā apziņa. Tā var kļūt par cilvēka iekšēju aktivizētāju, tiešu gribas pamudinājumu, pašierosmi. Tradīcija var tik dziļi integrēties cilvēka psihē, ka personība bez apzinātas piepūles rīkosies atbilstoši tās standartiem. Tāpēc arī tradīciju apgūšana, to pārvēršana par iekšēju nepieciešamību, vienlaicīgi liecina arī par personības garīgo attīstību.

Etiķetes, tāpat kā citu sociālo fenomenu, attīstību ietekmē ne tikai tradīcijas, bet arī to pretstats – novatorisms un inovācijas. Termins – „inovācija” atvasināts no angļu vārda „innovation” –

jauninājums, jaunievedums. Tā ir kreatīva darbība un tās rezultāti, vēsturiski un sociāli attīstījušās apsteidzošās adaptācijas izpausme. Novatorisms veidojas kā atbildes reakcija uz pretrunām vai trūkumiem kādā sabiedrības dzīves sfērā. Lai novērstu sociālās sistēmas vai tās atsevišķu fragmentu disfunkcionalitāti, tiek likvidētas uzkrātās pretrunas, ieviešot sistēmā jaunus elementus vai mainot esošo elementu konfigurāciju. Šis process vērojams arī etiķetē. Inovācijas etiķetē nodrošina sistēmas elastīgumu, plastiskumu, variatāti nepārtraukti mainīgajos sociālajos apstākļos.

Jaunradītās izmaiņas var būt atšķirīgas pēc satura, apjoma, dziļuma. Šai sakarā var izdalīt vairākus inovācijas veidus:

- inovācijas, kuras variē kādas uzvedības normas ietvaros;
- inovācijas, kuras atceļ, likvidē pašu normu, tās vietā ieviešot citu;
- inovācijas, kuras veidojas sabiedrības pieredzē vēl nebijušu situāciju rezultātā.

Pirmajā gadījumā darbība, kaut arī tajā netrūkst jauninājumu, ir tikai jau esošā standarta modifikācija. Tā, piemēram, telefona sarunu etiķete ir runas un klausīšanās kultūras atvasinājums.

Otrajā gadījumā iepriekšējais uzvedības modelis ir novecojis, mūsdienu apstākļos nepraktisks, nekomfortabls, tas tiek atcelts un aizstāts ar jaunu standartu. Šai sakarā var atzīmēt, ka klasiskā etiķete paredz, ka, kāpjot pa kāpnēm uz augšu, pirmais iet vīrietis, sievietē kāpj aiz viņa. Mūsdienu situācijā kārtība ir pretēja – lai nodrošinātu psiholoģisku komfortu un drošības sajūtu, pirmā iet sievietē, vīrietis tai seko.

Visbeidzot iespējama pirmreizēja, unikāla, sabiedrības vēsturē vēl nebijusi situācija, kurai nav piemērojama iepriekšējā pieredze. Šajā gadījumā veidojas noteikts inovatīvs uzvedības standarts, kurš tiek aprobēts sabiedrības tālākajā attīstībā. Kā piemēru var minēt viendzimuma laulības, kas aktualizē arī virkni ar etiķeti saistītus jautājumus.

Inovāciju liktenis sabiedrības dzīvē var būt daudzveidīgs. Daļa no tām dažādu apstākļu dēļ paliek nepamanītas vai apzināti ignorētas un tās tālākajā attīstības gaitā noliedz nākamie jaunievedumi. Citas inovācijas tiek fiksētas, apzinātas, taču negūst atzīni un izplatību, tās nogulsnējas sabiedrības atmiņā kā radošo meklējumu blakusprodukti. Šo jaunrades produktu nozīme bieži vien netiek pienācīgi novērtēta, kaut gan to iezīmētie strupceļi var brīdināt un pasargāt no līdzīgām kļūdām nākotnē. Un tikai tās inovācijas, kuras praksē pārvarējušas individuālo un mazo grupu ierobežotību un ar tradīciju mehānisma palīdzību nostiprinājušās masu apziņā, gūst vairāk vai mazāk izteiktu izplatību un iekļaujas aprītē. Šo inovāciju produktivitāte, vitalitāte un mūža ilgums ir atkarīga ne tikai no to universāluma, bet gan galvenokārt no tā, cik dziļa ir to sasaiste ar cilvēku kopdzīvi nodrošinošām attiecībām.

Nozīmīgu inovāciju ieviešana, pārvēršot tās no spontāniem paraugiem par normām un priekšrakstiem, neizbēgami maina ne tikai to statusu starp esošajiem sociālās sistēmas elementiem, bet gan visu sistēmas struktūrvienību konfigurāciju. Šajā procesā norisinās vērtību pārvērtēšana – jauno normu konfrontācija ar jau pastāvošajām, kuras masu apziņā (it sevišķi tās konservatīvajā daļā) ir dziļi iesakņojušās un kuru nomaiņa var tikt sāpīgi pārdzīvota.

Strauja inovāciju veidošanās mūsdienu etiķetē saistīta ar vairākiem objektīviem faktoriem:

1) Viena no mūsdienu sabiedrības attīstības raksturīgākajām tendencēm ir globalizācija -procesu kopums, kas veido vienotu pasauli. Vēl nesen konkrētas sabiedrības aprises sakrita ar nacionālo valsti, tai bija unikāla, identitāti nodrošinoša, neatkarīga, pašuzturoša un pietiekama ekonomika, kultūra, politiskā sistēma utt. Taču XX-XXI gs. mijā veidojas jauna situācija. Mūsdienu pasaulē sabiedrības ir kļuvušas savstarpēji atkarīgas visos aspektos: politiskajā, ekonomiskajā, kultūras u.c. Šodien integrējas vēl nebijusi politiska, ekonomiska un kultūras attiecību struktūra, kas plešas pāri tradicionālajām robežām, saistot atsevišķas sabiedrības vienotā sistēmā.

Globalizācija iezīmē arī noteiktas tendences cilvēku savstarpējās attiecībās. Tā determinē nepieciešamību veidot vienotas uzvedības normas starptautiskajā saskarsmē, kas nodrošinātu iespēju vieglāk kontaktēties dažādu nacionālo kultūru pārstāvjiem ar atšķirīgiem uzvedības standartiem [6]. Visspilgtāk šī tendence izpaužas diplomātiskajā protokolā un starptautiskajā lietišķajā etiķetē. Kā vienu no tipiskām globalizācijas producētām tendencēm var minēt nosacījumu, ka mūsdienu pasaulē lietišķajā vidē par dominējošo profesionālo saskarsmi koordinējošo faktoru ir kļuvis ieņemamais amats (rangs), pakārtojot tam profesionāļa vecumu un dzimumu. Tomēr jāatzīmē, ka globalizācijas radītās unificētās uzvedības normas dažādās nacionālās kultūrās netiek vienādi akceptētas. Adaptējoties vietējos apstākļos, tās ieviešas ar lielāku vai mazāku intensitāti. Tā, piemēram, starptautiskā lietišķā etiķete paredz, ka darba kabinetā no pl. 9.00 līdz 18.00 alkoholiskos dzērienus nav pieņemts lietot, taču ja kabineta saimnieks vēlas līguma parakstīšanu apstiprināt ar vīna glāzes saskandināšanu (piem., Kaukāza reģionā), tad pieklājība prasa, lai viesi ievērotu organizētājpuses tradīcijas.

2) Sabiedrības attīstību pašreizējā periodā raksturo demokrātija un uzskatu plurālisms. Šīs tendences iezīmējas arī mūsdienu saskarsmes kultūrā un etiķetes attīstībā. Etiķete ir noteiktas sabiedrības labprātīga nerakstīta vienošanās par uzvedības modeli konkrētā situācijā. Tāpēc arī var rasties atšķirīgi viedokļi par etiķetei atbilstošu uzvedību vienā un tajā pašā situācijā, pie kam, katrā konkrētā gadījumā saskarsmes raksturu var ietekmēt arī psiholoģiski, ētiski u.c. blakusfaktori.

Mūsdienās arvien spilgtāk iezīmējas tendence meklēt racionālu pamatojumu uzvedības standarta izvēlei, izvirzot jautājumu: „Kāpēc tā jādara?” Šai sakarā iespējami atšķirīgi argumentēti viedokļi un pieļauti dažādi uzvedības modeļi. Piemēram, vai viesībās pieklājīgi ir izēst tukšu šķīvi, vai uz tā kaut kas jāatstāj? Vai drīkst apēst ēdiena dekorēšanai izmantotos produktus (piem., salātlapu)? Vai ierodoties ciemos viesis drīkst pirmais sniegt savu vizītkarti saimniekam?

Šodien būtiski ir ne tikai zināt etiķetes piedāvāto normu, bet arī prast to pielietot atbilstoši situācijai [7]. Tāpēc arī iespējamās situācijas, kurās saskarsmes kultūra var determinēt etiķetes normas neievērošanu un pārkāpšanu. Piemēram, klasiskā etiķete paredz, ka sasveicinoties ar rokasspiedienu, roku pirmā sniedz sievietei. Taču var veidoties situācija, kad rokasspiediena iniciators ir vīrietis. Šajā gadījumā sievietei būtu jārikojas atbilstoši vīrieša piedāvātajam uzvedības modelim.

Demokrātija, racionālisms un uzskatu plurālisms nodrošina etiķetes normu elastīgumu un daudzveidīgu pielietojumu atbilstoši situācijai, tādejādi veicinot labvēlīgas saskarsmes veidošanos.

3) Mūsdienās norisinās strauja jaunu tehnoloģiju ienākšana darba vidē un sadzīvē, kas likumsakarīgi rada arī jaunus saskarsmes noteikumus. Šis process vispirms saistāms ar ļoti dinamisko elektronisko saziņas līdzekļu attīstību, kas aktualizē tādus jautājumus kā telefona sarunu etiķete (piem., kad izvēlēties sarunu tiešajā kontaktā, kad – pa telefonu; kad un kā runāt pa stacionāro vai mobilo telefonu u.c.), telefaksa izmantošanas (kā sagatavot un noformēt faksimilu) un elektroniskā pasta lietošanas nosacījumus. Šodien izveidojusies pat jauna etiķetes apakšnozare – netiķete (no angļu val. network – tīkls, etiquette – etiķete), kura apkopo uzvedības noteikumus saskarsmei virtuālajā telpā.

Kopēšanas tehnikas plašā ieviešanās un tās kvalitātes uzlabošanās rada nepieciešamību definēt situācijas, kurās obligāts ir dokumenta oriģināls un kurās pieļaujamas kopijas. Aktuāla ir arī problēma par vēstules, dokumenta, ielūguma utt. noformēšanu datorrakstā vai rokrakstā (kas ir personiskāks, individuālāks, autora personību raksturojošs). Šīs ar jaunajām tehnoloģijām saistītās situācijas likumsakarīgi korigē iepriekšējos saskarsmes standartus, veido jaunus, tos pārbauda

praksē, pilnveido, uzlabo, dažkārt atzīst par nepiemērotiem un atmet. Tieši šajā jomā veco modeļu pārstrādāšana un jauno inovāciju ienākšana norisinās visstraujāk.

4) Jaunu, iepriekš nebijušu sociālu situāciju rašanās vai mazizplatītu gadījumu pieaugums determinē nepieciešamību veidot tiem atbilstošus uzvedības standartus. Tā, piemēram, šodien daudzās valstīs leģitimizētās viendzimuma laulības aktualizē jautājumu par ceremonijas norisi, partneru uzrunas formām, apsveikšanas kārtību u.c. Līdzīgas, taču jau daļēji risinājumu guvušas problēmas iezīmējas arī situācijās, kurās heteroseksuālam pārim ir kopēja saimniecība, taču laulība nav juridiski reģistrēta. Šodien šī divu cilvēku kopdzīves forma strauji izplatās. Mūsdienu etiķete kā partneru uzrunas formu šādā situācijā piedāvā terminu – „dzīvesbiedrs (e)”. Šīs attiecības aktualizē arī kādu citu jautājumu – cik ilgam jābūt partneru kopdzīves laikam, lai sabiedrība to uztvertu kā vienotu ģimeni. (Mūsdienās par šādu hronoloģisko kritēriju tiek uzskatīts 1 gads, kaut gan viedokļi šajā jautājumā ir atšķirīgi).

Visvairāk inovāciju šodien rodas saistībā ar personas ārējā tēla veidošanu un apģērba kultūru, kura pakļauta strauji mainīgajām modes tendencēm. Mode – dinamiska un standartizēta masu uzvedības forma, kura skar galvenokārt objekta ārējo izpausmi. Vārda šaurākajā nozīmē mode saistās ar materiālās vides veidošanu un vispirms jau ar noteiktām ģērbšanās stila tendencēm. Apģērbā mode ienes jauninājumus vismaz 2 reizes gadā – siltajā un aukstajā sezonā. Modes radītās inovācijas ir īslaicīgas un pārejošas.

Kā relatīvi noturīgāku jaunievedumu var minēt nesen izveidojušos nosacījumu, ka darba vidē, kurā profesionāla ģērbšanās stils ir daļēji reglamentēts (banku darbinieki, ierēdņi u.c.), piektdienās pieļaujamas brīvākas ģērbšanās manieres. Ja sākotnēji šai tendencei bija daudz piekritēju, tad pašreizējā brīdī tā vairs nav tik populāra.

Gan vēstures pieredze, gan pašreizējā prakse liecina, ka etiķetes noteikumi neveidojas kā teorētiskas konstrukcijas, bet gan vispārīgā formā atspoguļo sabiedrībā norisošos procesus un ir noteikta sociālā pieprasījuma rezultāts. Paātrinoties sabiedrības attīstības tempiem, atbilstoši norisinās arī izmaiņas un inovāciju veidošanās etiķetē. Pašreizējā periodā etiķetes noteikumi mainās un koriģējas 5 – 7 gadu laikā.

Tradīcijas un inovācija ir divi viens otru līdzsvarojoši paškorekcijas spēki, kas darbojas dinamiskajā sociālajā vidē. Tradīciju un inovāciju pretnostatījums nav absolūts, tās neizslēdz viena otru, bet ir saistītas kā attīstības iepriekšējā un nākošā fāze. To konkrētās attiecības var būtiski variēt dažādos sabiedrības vēstures posmos. Inovāciju vai tradīciju prevalēšana piešķir sabiedrības dzīvei, tai skaitā, arī etiķetei, savdabīgas iezīmes, kuru intensitāte ir atkarīga no tā, cik spēcīgi un visaptveroši ir stabilizējošie vai kreatīvie spēki. Dominējot tradīcijām, tiek nodrošināta sociālās dzīves stabilitāte un kongruence, tā tiek norobežota no spriedzi radošās nenoteiktības. Sabiedrība šajā gadījumā būs orientēta uz pagātņi un jau pārbaudītām vērtībām. Dominējot novitātēm, tā tieksies uz nākotni un kvalitatīvām izmaiņām [8]. Pašreizējā periodā mūsu sabiedrībā prevalē kreatīvās tendences.

## Literatūra

1. Strautmane A. Rokasgrāmata lietišķajā etiķetē. - Rīga, 2004.-7.-8. lpp.
2. Līkopa V. Lietišķā etiķete starptautiskajā biznesā. – Rīga, 2003. – 7.-13. lpp.
3. Kincāns V. Etiķete. – Rīga, 2003.-16.-39. lpp.
4. Kestere I. Lietišķā etiķete. Eiropas pieredze. - Rīga, 2007.- 66.-71.lpp.

5. Штомка П. Социология социальных изменений.-Москва, 1996.- 89.-99 с.
6. Fosters D. Lietišķā etiķete Eiropā.- Rīga, 2005. – 7.-13. lpp.
7. Nagiller B. Knigge, Kleider und Karriere. – Frankfurt, 2001.
8. Zvejnieks A. Tradīcijas, inovācija un tikumība.// Cilvēks. Izglītība.Kultūra. – Rīga, 1998. – 27.-33. lpp.

**Lejniece Z. Mūsdienu etiķete: tradīcijas un inovācijas**

*XXI gs. iezīmējas ar būtiskām pārmaiņām sabiedrības ekonomiskajā, politiskajā un kultūras dzīvē, izraisot atbilstošas korekcijas arī cilvēku savstarpējās attiecībās un saskarsmē. Saskaņojot kvalitāti ietekmē etiķete – uzvedības normas, kuras cilvēki pielieto savstarpēji kontaktējoties. Etiķete saistīta ar personības iekšējo kultūru, tās mērķis ir regulēt, harmonizēt un estetizēt cilvēku attiecības sabiedrībā. Mūsdienu sabiedrības dinamiskās dzīves neizbēgams pavadoņš ir daudzveidīgi jauninājumi, kas savukārt izvirza jautājumu par tradīciju un inovāciju lomu sabiedrības attīstībā. Tradīcijas ir vēsturiskais mantojums, pieredzes uzkrāšanas, saglabāšanas un tālāknodošanas mehānisms. Etiķetē tradīcijas vispilnīgāk iezīmējas daudzveidīgajās vispārcilvēciskajās uzvedības normās. Inovācija – jauninājums, jaunievedums, tā ir kreatīva darbība un tās rezultāti. Inovācijas veidojas kā atbildes reakcija uz sabiedrības dzīvē izveidošanās pretrunu vai nepilnību un nodrošina sistēmas – šajā gadījumā – etiķetes – elastīgumu. Strauja inovāciju veidošanās mūsdienu etiķetē saistīta ar vairākiem objektīviem faktoriem: 1) sabiedrības globalizācija rada nepieciešamību veidot vienotas uzvedības normas starptautiskajā lietišķajā saskarsmē, kas nodrošinātu iespēju vieglāk kontaktēties dažādu nacionālo kultūru pārstāvjiem ar atšķirīgiem uzvedības standartiem; 2) demokratizācija un uzvedības modeļa racionāls pamatojums nodrošina etiķetes normu elastīgāku un daudzveidīgāku pielietojumu atbilstoši situācijai; 3) jauno tehnoloģiju ienākšana darba vidē un sadzīvē izvirza nepieciešamību veidot to pielietojšanas standartus; 4) jaunu, iepriekš nebijušu vai mazizplatītu sociālu situāciju veidošanās (piem., viendzimuma laulības) determinē tām atbilstošu uzvedības modeļa rašanos. Visvairāk jauninājumu mūsdienās saistās ar personas ārējā tēla veidošanu, kas pakļauta strauji mainīgajām modes tendencēm. Pašreizējā periodā etiķetes normas mainās un koriģējas aptuveni 5-7 gadu laikā.*

**Lejniece Z. Etiquette today: traditions and innovations**

*The 21st century is marked by radical changes in economic, political and cultural life causing corresponding corrections in interrelationship among people and social intercourses. The quality of the social intercourse is partly determined by etiquette – behavioral norms applied during the process of communication. Etiquette is closely connected with the inner culture of an individual, its aim being the regulation, harmonization and anesthetization of human relations in the society. Dynamic development of the modern society introduces different innovations which, in their turn, raise the question of the role of traditions and innovations in social processes. Traditions are a historical heritage, a mechanism of accumulating, preserving and transferring experience. In etiquette the traditions are most strikingly marked in general human behavioral norms. Innovation, i.e., upgrade, novelty is a creative activity and its results. Innovation emerges as a response to contradictions in the life of the society and makes the system – in this case – etiquette flexible. Fast formation of innovations in modern etiquette takes place due to several objective factors: (1) the globalization of society necessitates the formation of unified behavioral norms in international intercourse which facilitates easier contacts with the representatives of different national cultures featuring different norms of behavior; (2) democratization and rational substantiation of the model of conduct ensures a more flexible and versatile use of the etiquette corresponding to the particular situation; (3) development of the new technologies and their introduction into the surroundings and social life requires the formation of their standards of application; (4) formation of new formerly very rarely observed situations (e.g., unisex marriages) causes the emergence of the corresponding model of conduct. Most innovations today pertain to the formation of a person's outer image which is subject to quickly changing fashion tendencies. Nowadays the etiquette standards change every 5-7 years and are adjusted correspondingly.*

**Лейниецэ З. Современный этикет: традиции и инновации**

*XXI век характеризуется существенными изменениями в экономической, политической и культурной жизни общества, которые предполагают соответствующие коррективы в человеческих отношениях и в общении. Качество общения частично определяется этикетом – нормами поведения, которые практикуются в процессе коммуникации. Этикет тесно связан с внутренней культурой личности, его целью является регулирование и эстетизация человеческих отношений. Динамика развития современного общества сопровождается возникновением различных инноваций, что в свою очередь актуализирует проблему взаимоотношения*

*новаторства и традиций в социальных процессах. Традиция – это историческое наследство, механизм накопления, сохранения и дальнейшей передачи человеческого опыта. Иновация – новаторство, креативная деятельность и ее результаты. Иновации возникают как ответная реакция на противоречия в жизни общества и обеспечивают эластичность форм проявления социальных феноменов. Современный этикет характеризуется формированием новых норм поведения и отношений, что связано с определенными объективными факторами: 1) процессы глобализации общества определяют необходимость создания единых норм этикета в международном общении; 2) демократизация и рациональное обоснование модели поведения обеспечивают эластичность этикета соответственно конкретной ситуации; 3) создание и широкое распространение новых технологий коммуникации требуют разработки соответствующих стандартов их применения; 4) возникновение новых и расширение малораспространенных социальных явлений детерминируют необходимость формирования новых моделей поведения людей. На современном этапе нормы этикета меняются и корректируются в течение 5 – 7 лет.*