

К.С. Ращупкина
Тверской государственной университет, г. Тверь
K.S. Raschupkina
Tver State University, Tver

ПРАВИЛА ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРКУЛЬТУРНОМ ДИАЛОГЕ РОССИЯ-ГЕРМАНИЯ

THE RULES OF EFFECTIVE COMMUNICATION IN CROSS- CULTURAL DIALOGUE BETWEEN RUSSIA AND GERMANY

Ключевые слова: интеркультурный диалог, интеракция, коммуниканты, бизнес-культура, коммуникативное поведение, коммуникативное правило

Keywords: cross-cultural dialogue, interaction, communicants, business-culture, communicative behavior, communicative rule

В данной работе немецкая бизнес-культура рассматривается сквозь призму немецкого делового этикета и немецкой культуры вообще, описываются высшие ценности немецкой деловой жизни, анализируется коммуникативное поведение немецкоязычных и русскоязычных коммуникантов, выявляется специфика общения в русской и немецкой культурах, предлагаются коммуникативные правила для продуктивного диалога с немецкоязычными партнерами.

This work deals with German business-culture via German business-etiquette and German culture in general, the main values of German business life are considered, the communicative behavior of German-speaking and Russian-speaking communicants is analyzed, the specificity of dialogue in Russian and German cultures is revealed, the communicative rules for productive dialogue with German partners are offered.

Залогом успешного кросс-культурного сотрудничества в любой профессиональной сфере считается эффективная межкультурная коммуникация. Как правило, участники межкультурного диалога являются носителями разных национальных культур, что а priori накладывает свой отпечаток на коммуникативное поведение интерактантов. Не меньшую роль в данном аспекте играют различные национально-специфические факторы: принятые в данной культуре традиции и обычаи, бытовые устои, каноны поведения, особенности менталитета, исторические корни, образ жизни, культурные особенности и т.д. «В процессе межкультурной коммуникации представители разных народов пропускают «чужую» культуру через свою собственную, оставляя определенную степень непонимания отдельных форм иной культуры» (Власенко, 2004: 50). Вступление в межкультурный диалог предполагает не только успешное владение тем или иным языковым кодом (языком), но и принятие инофонной культуры во всем многообразии ее

компонентов. Таким образом, в центре внимания оказывается «дискурс делового общения как разновидность институциональной коммуникативной деятельности в межкультурном пространстве» (Комина, 2012: 11). Продуктивное кросс-культурное взаимодействие, в свою очередь, означает соответствующее коммуникативное поведение в процессе взаимной перцепции и взаимопознания партнеров по общению.

Источником размышлений на тему эффективности интеркультурного диалога является личный опыт автора в составе участников совместного международного проекта, высказанные иностранными партнерами замечания, знакомство со специальной литературой, а также основательная рефлексия над коммуникативными успехами и неудачами русскоязычных коммуникантов в интеракции с немецкими партнерами. Во главу угла в данном исследовании ставится изучение немецкой бизнес-культуры и органично связанного с ней немецкого делового этикета, а также немецкой культуры вообще.

Высшими ценностями немецкой деловой жизни можно считать результат и эффективность, что детерминировано концепцией профессионализма в Германии, которая включает в себя следующие аспекты:

1) Ориентацию на дело, которым человек занимается;

2) Серьезность и надежность;

3) Перфекционизм и постоянное стремление к совершенству выполняемой работы; «один из принципов немецкой культуры звучит так: «Черт кроется в деталях», то есть, мелочей не бывает» («Der Teufel steckt im Detail») (Кавальчук, 2012: 33). Этот принцип объясняет тщательность выполнения немцами даже тех действий, которые никто никогда не будет в состоянии увидеть или проконтролировать, педантичность представителей данной нации.

4) Обязательность и пунктуальность. Немцы являются одной из самых пунктуальных наций (Lewis, 2006). Отсюда вездесущая приверженность немцев ко всему, что связано с расписанием, будь то поездки, переговоры, планирование текущих дел, встречи, собрания и четкое планирование своего времени.

5) Вытекающую из пунктуальности немецкую монохромную концепцию времени (Кавальчук, 2012; Lewis, 2006). Под этим подразумевается четкое структурирование отдельных сегментов своего времени, последовательное и линейное выполнение заданий, концентрация на конкретном виде деятельности, отсутствие так называемого «multitasking» – то есть способности выполнять несколько видов работы одновременно. «Time management» применим не только к деловой, но и к частной жизни в Германии.

6) Четкое разграничение жизненных сфер: личной и деловой, формальной и неформальной, рациональной и эмоциональной; однозначное понимание и принятие концепции «privasy» – то есть права на частную жизнь. В немецком языке даже существует пословица, которая наиболее

точно отражает данную черту: «Dienst ist Dienst und Schnaps ist Schnaps» «Дружба дружбой, а служба службой» (Tomalin, 2007: 229).

7) Немецкую любовь к порядку и ясности, которая проявляется в методичности, структурированности и систематичности выполнения любых заданий. Немцы говорят: «Ordnung muss sein» (Порядок должен быть). «При этом немцы различают чистоту («Sauberkeit») и полнейшее, абсолютное отсутствие грязи («Reinheit»)» (Кавальчук, 2012: 48). Таким образом, «Ordnung» (порядок) – это особая система, закономерность немецкой жизни.

8) Пресловутое немецкое законопослушание

9) Честность, правдивость и исполнительность немцев

10) Уважение к собственности.

На основании приведенных фактов к главным характеристикам немецкой бизнес-культуры можно смело отнести:

1. Определенность высказывания, прозрачность изложения материала.

2. Структурированность ведения дискуссии с четкой ориентацией на цель переговоров, то есть приветствуется «разговор по существу».

3. Открытость и прямоту в изложении своей позиции.

4. Главную роль письменного сообщения: как говорится «черным по белому». Всю важную информацию немцы предпочитают представлять в письменном виде.

5. Вертикальную систему власти, иерархичность, принятую в деловых кругах.

Ценностные ориентации немецкой деловой культуры, безусловно, обуславливают особенности коммуникативного поведения немецкоязычных коммуникантов. Анализ содержательной стороны немецкоязычного и русскоязычного общения выявил следующие различия относительно выбора обсуждаемых тем, а также степени серьезности их обсуждения (табл.1):

Таблица 1

Специфика содержательной стороны общения в немецкой и русской культурах

Немецкоязычное общение	Русскоязычное общение
Жесткая регламентация процесса общения, четко очерченная тематика общения, дифференцированность сфер общения, определенная последовательность этапов общения	«Диффузность» предмета обсуждения, отсутствие точной тематической дифференциации и сегментирования сфер общения
Однородный характер обсуждения темы, отсутствие переключения тем разговора, доминирование поверхностного стиля общения, лаконичность изложения информации, высокая степень информативности материала,	Вариативность сфер и тематик общения, частое переключение тем разговора, многословие, высокая/невысокая степень информативности материала в зависимости от контекста и отношений между коммуникантами,

отсутствие установки на сентиментальность и различные эмотивные проявления, эмоциональная нейтральность	более откровенный стиль общения с акцентом на использовании разнообразных экспрессивно-оценочных выражений, искренность и спонтанность проявления эмоций, открытость и доверие
Табуированная тематика разговора, обусловленная необходимостью защиты своей приватности, статусно-индифферентное общение с акцентом на соблюдении условностей и договоренностей, равноположенные (симметричные) коммуникативные роли интерактантов	Табуированная тематика общения, обусловленная необходимостью соблюдения морально-этических норм, статусно-дифференцированное общение, варьирующееся в зависимости от иерархического положения собеседников и степени их знакомства, равноположенные (симметричные) / неравноположенные (асимметричные) коммуникативные роли интерактантов

Выявленные в ходе исследования различия относительно пространственной организации общения в немецкой и русской культурах можно в обобщенном виде представить следующим образом (табл.2):

Таблица 2

Специфика пространственной стороны общения в немецкой и русской культурах

Немецкоязычная культура	Русскоязычная культура
Разграничение и константность пространственных зон	Гибкость пространственных зон
Зависимость дистанции общения от договоренностей, прагматических установок и защиты зоны личной жизни (privasy)	Зависимость дистанции общения от контекста и характера человеческих отношений
Дистанцированность, низкий уровень контактности	Относительно высокий уровень открытости и контактности

Специфику культурных различий относительно информативности общения можно условно представить в таблице 3 следующим образом:

Таблица 3

Культурно-специфические различия в контекстном уровне в немецкой и русской культурах

Немецкоязычная культура	Русскоязычная культура
Низкая ориентация на контекст, низкая привязка к конкретной	Высокая ориентация на контекст, учет дополнительной не

коммуникативной ситуации	выражаемой вербально информации для интерпретации коммуникативной ситуации
Акцент на восприятии информации	Акцент на человеческих отношениях
Ориентация на письменные формы общения	Предпочтительность устных форм общения и визуальное восприятие
Прямая непосредственная коммуникация: отсутствие подтекста, «двойного смысла», намеков	Не всегда прямая коммуникация, присутствие имплицитных смыслов, «подводного течения», «чтение между строк»
Отсутствие употребления в деловых вопросах таких коммуникативных средств, как юмора, иронии, сарказма, что, с немецкой точки зрения, затрудняет однозначность понимания информации	Частое апеллирование в деловой жизни к элементам юмора, иронии, сарказма, анекдотам и аллюзиям для снижения официальности мероприятия, переход на менее формальный, дружелюбный тон общения

Наряду с приведенными расхождениями относительно коммуникативного поведения немцев и русских практически по всем параметрам разным является и восприятие нациями друг друга. Так, например, концепт «Германия» в русской языковой картине мира представлен следующими сегментами: «Германия-Государство», «Жители Германии», «Германия-Территория», «Германия-Человек», «Германия-Артефакт» (Куданкина, 2005). Под концептом нами понимается обозначенный в языке национальный образ или символ. Принятые в русскоязычной культуре стереотипные представления о Германии и живущих там немцев зачастую формируют предвзятое отношение к этой нации и ее жителям. Наиболее яркими стереотипными характеристиками относительно немцев являются следующие: особая немецкая прагматичность, серьезность, консерватизм, чрезмерная бережливость и расчетливость, доходящая зачастую до скупости, исполнительность, законопослушание, пунктуальность, любовь к пиву, нежелание ходить в гости и приглашать к себе, высочайшее качество производимых в Германии товаров, включая автомобили.

Выявленные различия можно рассматривать в качестве источника высокой интерференции в процессе межкультурного диалога. Поэтому для эффективного контакта с немецкоязычными партнерами нашим соотечественникам следует руководствоваться некоторыми коммуникативными правилами, которые в обобщенном виде можно сформулировать следующим образом:

1) Соблюдайте дистанцию. В рамках немецкой культуры комфортным между партнерами по диалогу является расстояние вытянутой руки.

- 2) Соблюдайте регламент, пропорцию и меру.
- 3) Будьте пунктуальны.
- 4) Соблюдайте договоренности и условия контракта.
- 5) В своей аргументации старайтесь опираться на факты, причинно-следственные связи, цифры. Будьте логичны и рассудительны.
- 6) Заранее подготовьте всю необходимую информацию по вашему вопросу: выкладки, статистические данные, факты, расчеты. Это производит на немцев хорошее впечатление.
- 7) Во время переговоров четко излагайте суть дела, используйте прямую коммуникацию.
- 8) Избегайте двусмысленных фраз, намеков, присутствия в речи имплицитных смыслов. Не используйте в речи иронию, юмор, сарказм, анекдоты, так как с немецкой точки зрения они мешают оценить серьезность аргументов и вносят некий элемент непредсказуемости в деловую жизнь.
- 9) Избегайте помпезных речей, высокопарных слов и избыточных комплиментов. «Такой стиль общения воспринимается в немецкой деловой культуре как неискренний, искусственный, возможно лживый и совершенно ненужный» (Кавальчук, 2012: 60).
- 10) Обращайтесь к вашим немецким партнерам на «Вы» («*Sie*») и по фамилии, например «господин Майер» («*Herr Meier*»). Во время деловых переговоров принятыми формами обращения являются «*Herr*» и «*Frau*».
- 11) Не забывайте использовать в речи академические титулы (профессор, доктор), являющиеся в Германии обязательной частью обращения к лицам, обладающими данными званиями. Например: «*Herr Dr. Prof. Stein*».
- 12) Запрещенными в бизнес-культуре являются национальные, религиозные и расовые темы, личное финансовое состояние и заработная плата человека, разговоры о доходах знакомых, друзей и коллег, сексуальная тематика. В диалоге с немцами лучше избегать тем, связанных со Второй мировой войной и национал-социалистическим прошлым Германии.
- 13) Общепринятым приветствием в Германии является рукопожатие, которое сопровождается легкой приветливой улыбкой. При этом между мужчинами и женщинами в этом плане различия не проводится.
- 14) В деловом дресс-коде немцы ценят умеренно деловой стиль, солидность и уместность в выборе одежды. Для явной демонстрации своего личного и социального статуса не следует выставлять на всеобщее обозрение статусные вещи и разного рода дорогие аксессуары.
- 15) В деловых ситуациях немцы ценят визуальный контакт. Поэтому на переговорах смотрите немецкому собеседнику в глаза.
- 16) В Германии уместными паравербальными ожиданиями в коммуникации являются следующие аспекты: отчетливая, достаточно громкая манера говорить, средний темп речи, спокойный тон, последовательная смена реплик, краткость изложения мыслей.
- 17) Помните, что распространенными моральными ценностями в Германии являются честность, прямота, искренность в общении.

18) Будучи в Германии, соблюдайте немецкие законы.

19) К возникновению конфликтных ситуаций в совместной работе с немецкими коллегами могут привести: невыполненные обещания, отсутствие профессионализма, нарушение правил трудовой дисциплины, сокрытие ошибок и упущений, недостаточная мотивация.

20) Но даже в случае возникновения конфликта не избегайте общения с вашими немецкими партнерами.

Завершить данный обзор хочется мыслью о том, что очень многие аспекты являются значимыми в продуктивном интеркультурном диалоге. «Важное значение приобретают в этой связи достижение социального консенсуса между агентами межкультурного обмена, знание и соблюдение имеющихся конвенциональных норм» (Изотова, 2007: 20).

Литература

1. Власенко Н.М. Формирование дискурсивной социокультурной компетенции в процессе профессионально-языковой подготовки специалистов межкультурной коммуникации: Дис. ... канд. пед. наук. – Москва, 2004. – 170 с.

2. Изотова А.С. Англоязычные коммуникации в контексте межкультурного и социального взаимодействия: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. – Москва, 2007. – 25с.

3. Кавальчук А. Кросс-культурный менеджмент: как вести бизнес с немцами. Пособие. Deutsche Gesellschaft fur Internationale Zusammenarbeit (GIZ), GmbH. – Бонн, Германия, 2012. – 125с.

4. Комина Н.А. Семантика и прагматика деловой межкультурной коммуникации в инновационной парадигме обучения // Семантика и прагматика деловой межкультурной коммуникации в инновационной парадигме обучения: монография / под ред. Н.А. Коминой. – Тверь, Твер. гос. ун-т, 2012. – С. 9 – 15.

5. Куданкина О.А. Актуализация концепта Германия в российской публицистике: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Архангельск, 2005. – 23с.

6. Lewis, Richard D. When Cultures collide: leading across cultures / Richard D. Lewis. – 3rd ed. – Nicholas Brealey International: Boston, London, 2006. – 600p.

7. Tomalin B, Nicks M. The World's Business Cultures and How to Unlock Them. – Thorogood, Ashford Colour Press. - 2007. – 268 p.

NB. Исследование выполнено в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009 – 2013 годы.

References

1. Vlasenko N.M. Discursive formation of socio-cultural competence in the professional language training intercultural communication : Dis Cand. ped. Sciences . - Moscow, 2004 . - 170 .
- 2 . A.S. Izotov English language in the context of intercultural communication and social interaction : Author. dis. ... Cand. sotciol. Sciences . - Moscow, 2007 . - 25
- 3 . Kavalchuk A. Cross -cultural management : how to conduct business with the Germans. Allowance. Deutsche Gesellschaft fur Internationale Zusammenarbeit (GIZ), GmbH. - Bonn, Germany , in 2012 . - 125 .
- 4 . Komyna N.A. Semantics and pragmatics of intercultural communication in business innovation paradigm training / / The semantics and pragmatics of intercultural communication in business innovation paradigm of learning : monograph / ed. NA Comino. - Tver, Tver. Reg. University, 2012 . - p. 9 - 15.
- 5 . Kudankina O.A. Germany updated concept in Russian journalism : Author. dis. ... Cand. Philology . Sciences . - Archangel, 2005 . - 23 .
6. Lewis, Richard D. When Cultures collide: leading across cultures / Richard D. Lewis. - 3rd ed. - Nicholas Brealey International: Boston, London, 2006 . - 600p.
7. Tomalin B, Nicks M. The World's Business Cultures and How to Unlock Them. - Thorogood, Ashford Colour Press. - 2007 . - 268 p.

1.

NB. The study was performed within the framework of the Federal Program "Scientific and scientific - pedagogical personnel of innovative Russia" for 2009 - 2013 years.

(0,4 п.л.)