

## Социологический анализ деловой культуры Германии

Научный руководитель – Кочетков Владимир Викторович

Губарева М.В.<sup>1</sup>, Дианов Р.К.<sup>2</sup>, Крохина Е.Э.<sup>3</sup>

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия, *E-mail: gubarevamari99@gmail.com*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра экономической социологии и маркетинга, Москва, Россия, *E-mail: dianovrom@gmail.com*; 3 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра методологии социологического исследования, Москва, Россия, *E-mail: L.Croxina@yandex.ru*

Деловая культура как комплекс разделяемых всеми членами организации ценностей, представлений, понятий и убеждений, а также поведенческих норм и артефактов, которые создает организация по мере преодоления препятствий внутреннего и внешнего характера на пути к успеху и процветанию постепенно формируется и закрепляется повсеместно, испытывая на себе влияние национальной культуры того или иного государства [4]. Особенности менталитета граждан имеют четкое отражение на целом комплексе разделяемых членами группы или организации ценностей, представлений, убеждений и поведенческих норм. Деловая культура Германии играет большую коммуникативную роль в организационном взаимодействии как внутри компаний, так и на мировом рынке.

Основные черты национальной культуры Германии находят свое отражение во всех сферах жизни ее населения. Национальный характер немцев и его особенности достаточно легко охарактеризовать, если проследить за моделями поведения населения Германии. Большинство немцев стремится к порядку, всегда старается держать под контролем существующую ситуацию и имеет очень устойчивые представления о собственной идентичности. Кроме того, национальные особенности Германии оказывают непосредственное влияние на деловую культуру данного государства. Обязательность, пунктуальность и высокая степень ответственности отличает немецких предпринимателей от предпринимателей из других стран.

Исследованием вопроса деловых культур занимались такие видные зарубежные и отечественные исследователи, как Э. Холл [5], Р.Д. Льюис [3], Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпден-Тернер [7], Г. Хофстеде [6], Т.Н. Персикова [4] и другие. Нами были рассмотрены и проанализированы несколько классификаций деловых культур, и определено место деловой культуры Германии на предложенных континуумах.

При исследовании деловых культур важно сделать акцент на изучении их обязательных элементов, таких как: коммуникационная система и язык общения; ценности и нормы; взаимоотношения между людьми; осознание времени, отношение к нему и его использованию; вера во что-то и отношение или расположение к чему-то; влияние религии и морали; отношение к коллегам и конкурентам; привычки и традиции; внешний вид и одежда [1].

Деловой этикет в Германии носит достаточно формальный характер. Во время делового общения, немцы ведут себя сдержанно, редко выражают какие-либо эмоции, они мало жестикулируют и внимательно выслушивают, друг друга, не перебивая. В сфере делового этикета немцы очень педантичны. Все пункты делового договора должны неукоснительно исполняться. Поэтому категорически запрещается нарушать сроки и объемы работ при сотрудничестве с представителями деловой культуры Германии. Кроме того, большое значение придается служебной субординации и пунктуальности. Письменная коммуникация в рамках делового общения носит строго формальный характер, ведется обсуждение непосредственно деловых интересов обеих сторон.

Ценности, заложенные в деловую культуру Германии напрямую определяются ценностями немцев как нации. К ним относятся значимость времени, обязательность, честность и другие особенности, свойственны населению изучаемой страны.

В рамках деловой культуры Германии существуют нормы невербального поведения, которые нужно обязательно соблюдать. При общении с немцами нужно учитывать, что для них важно их персональное пространство. Значимым является наличие определенной дистанции между собеседниками. Существенную роль играет рукопожатие, которое является обязательным началом и завершением деловой встречи [2]. Немцы строго относятся к неформальным жестам (громкий вздох, жевание, подмигивание и другие) и категорически не приемлют их в рамках деловых взаимоотношений.

Немецкий деловой стиль одежды достаточно консервативен, но не старомоден. Классическое понятие «деловой стиль» вполне точно описывает требование немцев к одежде - классически и без излишеств. Однако, существует негласное правило, традиция, что в банках, страховых компаниях, властных структурах более темный цвет костюма говорит о более высоком ранге. Однако представители других типов культур при деловой коммуникации с немцами не обязаны быть одетыми в немецком деловом стиле. Естественно, их особенности деловой культуры также накладывают отпечаток на дресс-код.

Особую значимость имеют обращения во время деловой коммуникации. В зависимости от ранга, профессионального уровня или высшей академической квалификации человека, к нему необходимо проявлять особое уважение и использовать соответствующее обращение. Например, «Герр доктор» (Herr (нем.) - господин). Все вышеперечисленные пункты являются базовыми и необходимым для понимания деловой культуры такой страны, как Германия.

Особенности организационной культуры являются непосредственным следствием специфических черт национальной культуры Германии. Каждой стране характерна своя деловая культура общения, этим обуславливается большой объем исследований, посвященных данной тематике. Важно отметить, что географическое положение исследуемого государства оказывает сильное влияние на отнесение его к определенному типу деловых культур - так, по мнению многих исследователей, Германии характерна двойственность и многогранность, как и ее деловой культуре. Кроме того, в исследовании вопроса деловых культур особое внимание нужно уделять наличию структуры элементов, включенных в механизм делового общения. Именно их совокупность, и только она, способна обеспечить целостное и полномасштабное функционирование деловой культуры как социального феномена и отвечать за усвоение, сохранение и поддержание культурных паттернов при межкультурном взаимодействии.

### Источники и литература

- 1) Басенко В.П., Жуков Б.М., Романов А.А. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений. М.: Дашков и К, 2018. 384 с.
- 2) Емышева Е.М. Некоторые особенности ведения переговоров с представителями разных стран, М., 2005.
- 3) Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. М.: Дело, 2001. 434 с.
- 4) Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие. М.: Логос, 2002. 212 с.
- 5) Hall, Edward, T. Beyond Culture. Anchor Books ed, Vancouver, B.C.: Langara College. 298 p.
- 6) Hofstede G., Culture's Consequences: International differences in work related values. London and Beverly Hills: Sage Publications, 2001. 475 p.

- 7) 7. Trompenaars F., Hampden-Turner C. Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business. New York: McGraw-Hill Education, 2012. 65-173 p.