

1991 г.) ФРГ является сильно маскулинной страной. Характерная черта немецкого стиля коммуникации — это постоянное стремление к объективности и деловитости. Не всем удается адекватно реагировать на прямолинейность немецкого высказывания. Характерный для немцев способ языкового выражения удивляет иностранцев и даже может действовать оскорбительно. Немцы чаще используют в разговоре фразы типа: «*Ich bin sicher...*», «*Sie müssen verstehen...*» и т.д., а также частицы *doch, denn, nun, ja, schon*, что подчеркивает убежденность в сказанном. Следуя стереотипу, немцы могут показаться заносчивыми и жесткими. На самом же деле эта прямолинейность происходит из стремления к честности. Немцы ожидают от своих иностранных деловых партнеров аналогичного стиля общения. Немцев считают прилежными и обстоятельными. Важным понятием в Германии является «порядок». Люди стремятся все держать под контролем и избегать всего ненадежного. Часто употребляемая фраза «*Alles in Ordnung*» показывает, что все идет планомерно. В основе стремления к порядку и разрабатыванию законов, правил, норм лежат типичные немецкие добродетели: основательность, систематика и дисциплина. Поэтому любому делу предшествует тщательная подготовка, планирование, составление структуры. Правила, структуры, детальное описание задач помогают в работе. И, если возникают ошибки, то их рассматривают как результат неудовлетворительной подготовки.

Следование правилам и склонность немцев к планированию, чтобы в будущем исключить неопределенность, безусловно, является положительным качеством. Однако вследствие этого немцев зачастую считают негибкими, жесткими и слишком упорядоченными, что и приводит к непониманию.

*Т.В. Конова,
Т.А. Шкуратова
БГЭУ (Минск)*

О СТЕРЕОТИПИЗАЦИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Стремительное развитие бизнеса в современном мире в условиях глобализации требует расширения границ его деятельности не только в рамках одной страны, но и выход его на международную арену. Это предполагает наличие широких межкультурных контактов, что, несомненно, может вызвать у неподготовленного человека определенного вида затруднения. Ведь иногда людям, говорящим на одном языке, сложно понять друг друга, найти общий язык. Что же тогда можно говорить о людях, владеющих различными языками, принадлежащих к различным культурам.

Обеспечение успешной межкультурной деловой коммуникации требует наличия определенных знаний, навыков и умений. Наряду с высо-

ким уровнем владения иностранным языком, коммуникантам необходимо обладать знаниями о культуре, традициях того народа, с представителем которого они имеют дело (например, при проведении переговоров, встреч и т.д.). Чаще всего такие знания заключены в стереотипах, присущих той или иной культуре, тому или иному народу. Понятие «стереотип» можно определить как «схематический, стандартизированный образ или представление о социальном явлении, обычно эмоционально окрашенный и устойчивый».

Явление стереотипизации, реализуемое в определенных условиях, является одним из факторов, влияющим на создание успешной межкультурной деловой коммуникации. Она имеет два следствия в процессе познания людьми друг друга:

- упрощение познания другого человека;
- возникновение предубеждения (если суждение строится на основе прошлого ограниченного негативного опыта).

Несмотря на то, что явление стереотипизации имеет как положительный, так и отрицательный компонент, его адекватное применение дает возможность быстрее и лучше установить связь с партнером по коммуникации. Это заключение основано на том факте, что формирование представления о других культурах и народах заранее готовит коммуникантов к столкновению с чужой культурой, ослабляет эмоциональный удар, снижает культурный шок, т.е. определенным образом стереотипы позволяют коммуникантам выйти за рамки своего узкого социального, географического и политического мира.

С точки зрения межкультурного общения знание особенностей национального характера (или хотя бы национальных стереотипов) партнеров по совместной работе или переговорам позволяет избежать изречений или поступков, которые могут восприниматься представителями другой культуры совсем не так, как их воспринимает оппонент. Отсюда можно сделать вывод о том, что эффективная межкультурная деловая коммуникация не может возникнуть сама по себе, ей необходимо целенаправленно учиться. Для этого необходимо не только и не столько преподавать язык, сколько обучать культуре делового общения на каждом занятии по деловому иностранному языку, ведь за каждым иностранным словом стоит чужой мир и чужая культура. Создание обстановки реального общения, взаимосвязь иностранного языка с жизнью, привлечение иностранных специалистов, обсуждение иностранной литературы дает возможность обогатить интеллектуальный и духовный мир потенциальных партнеров по коммуникации, что, несомненно, способствует развитию успешного восприятия и понимания представителями разных народов друг друга в процессе межкультурной коммуникации как общения не только людей, но и культур.