

Anna Voloboieva
Master of Philology
Alfred Nobel University
Mariia Bilokopytova
Master of Philology
Alfred Nobel University
Hryhorenko Sofiia
Alfred Nobel University
Kseniia Maslianyk
Alfred Nobel University

CULTURE OF BUSINESS COMMUNICATION IN GERMANY

Introductions. Germany is a country with a great historical heritage, a multilayered culture and a complex system of values. German history and culture have evolved from ancient Germanic tribes to a modern industrial powerhouse. In addition to their rich history, Germans are also known for their direct, clear and businesslike communication styles. These include punctuality, direct communication style, business attire, respect, and non-verbal communication [2].

Aim. To systematize and summarize the existing knowledge about the peculiarities of German business culture, in particular, about communication aspects.

Materials and methods. The basis for writing the paper were Internet sources on the topic of business culture in Germany. The methods of comparison, analysis, observation, historical retrospectives and theoretical generalizations were used.

Results and discussion. Germans are very punctual people in general, and being late for any meeting has a negative impact on business relations. In communication, they use a direct and clear style, and value honesty and frankness. They prefer conservatism in their clothing: for men, it's suits and ties, and for women, a business suit or skirt with a blouse. It is important for them to look neat and professional [1].

German society is a bit hierarchical, and they respect people who are older and more senior. They use proper titles when addressing people. In communication, compared to other cultures, Germans use less non-verbal communication, which at first glance makes them seem “cold” and distant. All business meetings are usually well planned and organized, have a clear order, and a thank-you note is sent after the meeting. When communicating with Germans, you need to be flexible, adapting your communication style to specific situations and audiences.

When we think of Germans, we first of all associate them with certain qualities, as shown in Fig.1:

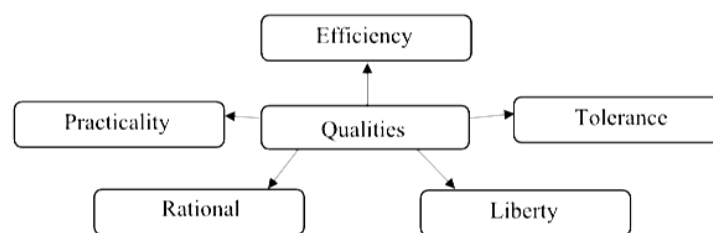


Fig.1 List of qualities associated with Germans

But this list is a bit longer. Germans are a very hardworking nation, responsible, honest and trusting. They believe in social justice and value educated people. Germans have a very strong environmental awareness and concern for the environment [3, p.62]. Also, this nation is very proud of its rich culture and appreciate the arts. Germans attach great importance to organization and planning. Business meetings are often carefully planned, structured and have a clear agenda. This contrasts with cultures where meetings are more informal and spontaneous.

German culture combines not only individualism but also collectivism. Germans value not only individual responsibility and hard work, but also understand the importance of cooperation and teamwork. The decision-making process can be lengthy, as each member of the group has the opportunity to express his or her opinion.

Germans tend to be loyal to their employers and expect the same loyalty in return, which ensures a long-term relationship between employee and employer.

The Second World War had a great impact on society and business culture, after which the Germans not only sought to rebuild their country, but also to build a better future. As a result, the Germans became efficient, pragmatic, and constantly focused on the results of their work.

Business communication in Germany is usually very formal, using formal language and avoiding slang and informal expressions. This is why their style of communication is appreciated in many countries and also creates positive business relationships. It is also important to follow established rules of etiquette, such as greetings and handshakes [4].

Conclusions. In summary, having studied the topic of national peculiarities of business communication in Germany, it was found that the nation is very conservative, polite, punctual and responsible. Cultural differences affect the style and format of business communication in Germany. Differences include direct and clear communication style, punctuality, organization and planning, business attire, hierarchy and respect.

List of references.

1. German Business Culture. URL: <https://www.expatrio.com/about-germany/german-business-culture#:~:text=Business%20Dress%20Code,-How%20to%20dress&text=In%20Germany%2C%20there%20is%20a,simple%20trousers%20or%20skirt%20suits>
2. Germany: Business practices. URL: <https://santandertrade.com/en/portal/establish-overseas/germany/business-practices>
3. Аналіз ділової культури Німеччини на основі критеріїв систематизації ділових культур. Дуна Н.Г. Черномаз П.О. Кухар Е.І. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/10.pdf
4. Мова ділового спілкування в Німеччині. URL: <https://studfile.net/preview/9693523/page:43/>

Коваленко Людмила Євгенівна

Кандидат історичних наук

ORCID: 0000-0003-4114-5081

Київський національний університет будівництва та архітектури

ОФЛАЙН-ДОЗВІЛЛЯ Й КОМУНІКАЦІЇ МЕШКАНЦІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

За оцінками Всесвітньої організації охорони здоров'я, в Україні близько 10 мільйонів осіб мають ризик психічних розладів, і з наближенням зими проблема загострюється [2]. Це в перспективі неодмінно вплине на особливості комунікації громадян України та характер їхнього дозвілля. Якщо розглядати дозвілля як сукупність видів діяльності (занять), які здійснюються у вільний час для задоволення певних фізичних, інтелектуальних, соціальних і культурних потреб [3], констатуємо, що для офлайн-організації дозвілля населення необхідна наявність достатньої кількості відповідних закладів та належні умови для транспортування до них. І якщо варіативність організації дозвілля для мешканців сіл та маленьких міст України обмежена через відсутність вибору серед такої кількості розважальних закладів, яка є у мегаполісах, мешканці великих міст стикаються з проблемами, пов'язаними з вищим рівнем ризиків через загрози масованих атак. Звісно, щодо офлайн-дозвілля мова йде лише про неприфронтові території України, на яких не ведуться інтенсивні бойові дії.

В сучасних умовах навіть звичний раніше для мешканців міст візит до кінотеатру перетворюється на квест через періодичні оголошення тривоги та незручності, з цим пов'язані. А побоювання за дітей та необхідність швидко евакуювати їх за потреби у безпечне місце в умовах мегаполісів (затори, довга відстань, зупинка комунального транспорту під час тривоги або за відсутності електроенергії) стає додатковим чинником, що негативно впливає на рішення населення стосовно характеру родинного дозвілля. Навіть коли лунає сигнал відбою тривоги, кіносеанс, вистава, концерт чи інший вид розваг уже призупинені, час на очікування змарновано, і не кожен відвідувач хоче повертатися і проводити дозвілля так само, як до тривоги. Це стосується й будь-яких заходів чи завчасно організованих подій, спортивних чи творчих занять, різноманітних змагань, марафонів тощо. Винятками є заходи, що проводяться одразу у безпечних місцях (укриття, підвали, паркінги тощо), або ж відвідування розважальних закладів у таких, відносно захищених, локаціях.

З одного боку, загрози безпеці згуртовують людей, сприяють їхній консолідації навколо розв'язання нагальних проблем, більш активній комунікації між собою задля пошуку оптимальних рішень у нестандартних ситуаціях. З іншого – у тривалій перспективі такі процеси негативно впливають на емоційну рівновагу мешканців міст, їхню мотивацію до організації дозвілля офлайн, і спонукають обирати альтернативні варіанти дозвілля – онлайн або вдома у родинному колі.