

RU

## Манипулирование собеседником в ситуациях делового общения (на материале немецкого кинематографа)

Газизов Р. А., Дильмухаметова А. В.

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены наиболее распространенные способы манипулирования собеседником в деловом общении немцев на примере диалогов из современных немецких фильмов. Авторы рассматривают основные принципы делового взаимодействия партнеров с целью выявления отхождения от норм коммуникативного поведения. Цель данной работы заключается в выявлении и описании основных тактик манипулирования в деловом общении немцев. В статье рассматриваются акты манипуляции, лингвистические единицы, используемые для дальнейшей способности узнавания акта манипуляции, а также выявляется ответная реакция немцев на попытки манипулирования. Предпринято также рассмотрение основных типов личности манипулятора в деловом общении. Научная новизна работы заключается в том, что в ней впервые представлены лингвистические единицы, присущие акту манипулирования в деловом общении немцев. В результате исследования было установлено, что основными тактиками поведения манипулятора в деловом общении являются его попытка отойти от принятых норм поведения в деловом общении немцев, создавая непривычные для манипулируемого ситуации (тактика отхождения от общепринятых норм), а также тактика обольщения, реализуемая посредством использования личностных качеств манипулятора.

EN

## Manipulation of the interlocutor in business communication situations (based on the material of German cinema)

Gazizov R. A., Dilmukhametova A. V.

**Abstract.** The paper presents the most common ways of manipulating the interlocutor in the business communication of Germans using the example of dialogues from modern German films. The authors consider the basic principles of business interaction between partners in order to identify deviations from the norms of communicative behaviour. The aim of the research is to identify and describe the main tactics of manipulation in the business communication of Germans. The paper examines acts of manipulation, the linguistic units used for further recognition of an act of manipulation and also reveals Germans' response to manipulation attempts. In addition, the authors consider the main personality types of the manipulator in business communication. The research is novel in that it is the first to consider the linguistic units peculiar to the act of manipulation in German business communication. As a result of the study, it has been found that the main tactics of the manipulator's behaviour in business communication are his/her attempt to depart from the accepted norms of behaviour in the business communication of Germans by creating situations unusual for the manipulated person (tactics of departure from generally accepted norms), as well as the tactics of seduction, implemented through the use of the manipulator's personal qualities.

### Введение

Актуальность работы обусловлена необходимостью определения приемов манипуляции в деловом межличностном общении с целью защиты от данного вида речевого воздействия. Как известно, деятельность современного человека трудно представить без взаимодействия с окружающими людьми. Представители почти всех профессий вынуждены в какой-то мере общаться с другими людьми. От исхода этого общения во многом зависят успех человека и выстраивание его карьерного пути. Одним из способов выстраивания эффективного общения является воздействие на собеседника с помощью речи с целью получения желаемого результата. Данная статья посвящена способам речевого воздействия на собеседника, выраженным с помощью различных манипулятивных актов. Авторы статьи рассматривают некоторые разновидности манипулятивных

актов, акцентируя внимание на лингвистических средствах, используемых в речи манипулятора, ведущего диалог в деловом стиле.

Манипуляция в деловом общении – явление частое и неизбежное. Это обосновано рядом причин: стремление манипулятора склонить собеседника к определенной точке зрения, желание увести манипулируемого от основной темы беседы, необходимость расставить акценты в беседе угодным манипулятору образом.

Для достижения вышеуказанной цели исследования необходимо решить ряд задач:

- провести анализ существующих моделей взаимодействия участников коммуникации в психологии и лингвистике;
- описать основные признаки языковой манипуляции;
- выявить характерные черты, присущие языковой личности манипулятора в деловом взаимодействии;
- описать основные приемы и вербальные средства языковой манипуляции, которые применяются в деловом общении представителей немецкой лингвокультуры.

В ходе исследования были использованы следующие методы: метод контекстуального анализа для изучения способов выражения манипуляции в рамках коммуникативной ситуации; прагмалингвистический анализ для описания речевого поведения участников коммуникации; эмпирический метод, заключающийся в наблюдении и обработке диалогов межличностного общения с целью выявления коммуникативных средств выражения манипуляции.

Теоретическую и методологическую базы исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых: работы А. Г. Гурочкиной (2003), Д. Р. Дроздовой (2015), М. А. Морозова (2015), J. Kirschner (2012), посвященные исследованию манипулятивных стратегий и тактик, а также лингвистических средств их выражения; труды Л. К. Аверченко (2015), В. Н. Лавриненко (2005), В. В. Горанчука (2003), М. А. Булахтина (2020), А. А. Лебедевой (2015), Э. Шострома (2005), в которых изучаются этические нормы делового общения, а также особенности деловой коммуникации в немецкой лингвокультуре.

Материалом для исследования послужили диалоги, содержащие реплики манипулятора и его собеседника в рамках деловых отношений. Рассматривались диалоги начальника и подчиненного, а также партнеров по бизнесу. Диалоги отбирались из полнометражных фильмов немецкого кинематографа XXI века: Высоко поднимаюсь (Betonrausch): художественный фильм / реж. К. Кая, Германия, Netflix, 2020. URL: <https://www.moviepilot.de/movies/betongold--2/stream>; Тони Эрдманн (Toni Erdmann): художественный фильм / реж. М. Аде, Германия, Coop99 Filmproduktion, 2016. URL: <https://www.moviepilot.de/movies/toni-erdmann/stream>; Нянька (Der Nanny): художественный фильм / реж. М. Швайгхёфер, Германия, Pantaleon Films, 2015. URL: <https://www.werstreamt.es/film/details/576435/der-nanny/>; Поможем расстаться (Schlussmacher): художественный фильм / реж. М. Швайгхёфер, Германия, 20<sup>th</sup> Century Studios, 2013. URL: <https://www.moviepilot.de/movies/schlussmacher/stream>; 100 вещей и ничего лишнего (100 Dinge): художественный фильм / реж. Ф. Д. Фитц, Германия, Pantaleon Entertainment, 2018. URL: <https://www.werstreamt.es/film/details/1585333/100-dinge/>.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов в учебном процессе при преподавании лекционного курса германского языкознания, спецкурсов по коммуникативной лингвистике, прагмалингвистике, межкультурной коммуникации, а также на практических занятиях по немецкому языку.

## Обсуждение и результаты

За последние несколько десятилетий культура делового общения претерпела кардинальные изменения. На смену властным менеджерам, использующим в работе с подчиненными только крики и ругань, пришло новое поколение менеджеров. Новый тип менеджеров приветлив, постоянно улыбается и поддерживает своих сотрудников, стремится к каждому найти индивидуальный подход. Психолог В. Н. Лавриненко в своей работе «Психология и этика делового общения» дает менеджеру нового типа следующую характеристику: «Он отнюдь не сводит свою деятельность только к контролю за качеством продукции или предлагаемых услуг, а кроме того, еще стремится к поддержанию высокого уровня взаимоотношений в рабочей группе, организации, обеспечивает прочность связей между ее членами» (2005, с. 10). Менеджер нового типа интересуется состоянием своих подчиненных, старается сделать все, чтобы в коллективе царил дружеская рабочая атмосфера. Как отмечает В. Н. Лавриненко: «В ходе формирования и жизнедеятельности любой группы возникают и действуют такие психологические явления, как групповые цели, потребности, интересы, групповые нормы, групповое сознание, морально-психологический климат, корпоративная мораль» (2005, с. 12). Современному менеджеру необходимо не только принимать в расчет эти явления, но и активно участвовать в их формировании для создания работоспособной группы.

Для благоприятной атмосферы в коллективе или в общении партнеров необходимо учитывать ряд основополагающих принципов гуманистического общения. Эти принципы направлены на уважение собеседниками друг друга, принятие любой имеющейся точки зрения, а также на взаимное стремление к достижению определенной цели. Психолог В. В. Горанчук (2003, с. 45-48) отнес к таким принципам следующие модели взаимодействия партнеров:

- конгруэнтность партнеров по общению, заключающаяся в соответствии опыта, мыслей и чувств одного партнера опыту, мыслям и чувствам другого. Таким образом, опираясь на конгруэнтный принцип, собеседники сохраняют адекватное поведение, соответствующее их внутреннему состоянию в период общения;

- доверие к намерениям партнера по общению, отсутствие навязывания определенных «ярлыков» по отношению к своему собеседнику;
- восприятие партнера как равного, имеющего собственное мнение и право на принятие собственных решений, даже если они не соответствуют ожиданиям;
- характер общения приобретает дискуссионные черты, разговор на уровне точек зрения и позиций;
- общение в большей степени проходит в персонифицированном ключе, каждый участник общения высказывает собственное мнение и опирается на личный опыт, избегая при этом общих фраз и отсылок к словам, чье авторство неизвестно.

Опираясь на данные принципы, участники делового общения могут создать атмосферу, близкую к идеальной, в условиях которой они придут к поставленной цели. Реализация такого типа общения требует внутренней готовности общающихся к самораскрытию, взаимному доверию и созданию соответствующей жизненной ситуации. В случае отсутствия одного из этих факторов общающиеся пытаются взаимодействовать, воздействуя друг на друга, чаще всего путем манипуляции.

По мнению американского психолога Э. Шострома (2005), в деловом общении существует восемь основных типов манипуляторов, поведение которых подчиняется определенным нормам. Эти манипуляторы делятся на пары, в которых поведение одного манипулятора полностью соотносится с поведением второго, что приводит к образованию крепкого союза. Первой парой является пара «диктатор – тряпка», их суть заключается в том, что диктатор жестко доминирует и управляет своей жертвой, готов прибегать к любым методам, чтобы управлять процессом, в то время как тряпка, являясь жертвой диктатора, молчит, ловит на лету, выполняет все с полуслова, но в определенный момент быстро может поменяться с диктатором местами. К следующей паре относятся «вычислитель – прилипала». Вычислитель стремится всех контролировать, преувеличивая при этом свою значимость. Он часто обманывает, увиливает, ведет двойные игры, чтобы уличить других во лжи. Прилипала преувеличивает свою зависимость, часто вступает в союз с вычислителем, так как нуждается в опеке, стремится быть ведомым и позволяет делать другим свою работу. Особого внимания заслуживает пара «хулиган – славный парень». В то время как хулиган настроен крайне недоброжелательно, угрожает и преувеличивает свою агрессивность для достижения собственных целей, славный парень преувеличивает свою заботу и любовь. Тип манипулятора «славный парень» – один из самых коварных, потому что человеку сложно распознать под маской добра манипуляцию, и даже в случае ее наличия не все станут противиться такому виду манипулирования, подсознательно отвергая факт того, что добродетель может использоваться в корыстных целях. Схожими признаками обладают представители последней пары – «судья – защитник». Судья подвергает всех критике, никому не верит, часто бывает мстителен и злопамятен, а защитник же снисходителен к ошибкам других, прощает всех, чем портит людей, лишая их возможности подвергать себя критике и осознавать собственные ошибки (Шостром, 2005, с. 34-42). Э. Шостром утверждает, что данные пары манипуляторов образуют долгосрочные связи не только в деловых отношениях, но и в личных, так как соответствуют друг другу по основополагающим показателям. Каждому важно вести свою игру, избегая демонстрации своего истинного я, в страхе быть уязвленным и беззащитным (Шостром, 2005, с. 34-42). Мы приходим к выводу, что манипулятором человек становится вынужденно, в силу обстоятельств, воспитания, среды, в которую он попадает. Изначально никто не стремится манипулировать другими для достижения собственных целей, но, попадая в ситуации, где только манипуляция является действенным способом, человек делает вывод, что это единственный рабочий инструмент.

При изучении вопроса о манипуляции в деловом общении следует обратить внимание на особые характеристики делового общения в целом и на характеристики делового общения немцев в частности. Рассматривая вопрос о деловом общении в целом, нужно учитывать тот факт, что оно является процессом развития связей между людьми на основе профессиональной деятельности. Отсюда следует ряд ограничений, обусловленный определенной дистанцированностью собеседников. Однако каждому национальному стилю общения присущи свои качества, которые следует учитывать, вступая в общение с индивидом конкретной культуры. Деловое общение немцев отличается сдержанностью и нацеленностью на результат. Немецкие партнеры обладают такими качествами, как рассудительность, точность, пунктуальность и педантичность. Они готовы вести переговоры только в том случае, когда видят серьезный настрой у собеседника. С немецкими партнерами необходимо избегать поспешности и учитывать титул каждого участника коммуникации. Так о немцах в своей работе пишет историк М. А. Булахтин: «Время для немцев является важной ценностью, и его нельзя тратить впустую. Если что-либо должно быть сделано к конкретной дате, значит, эта дата является окончательной. Немцы считают, что если человек опаздывает на встречу на 10 минут, то он может опоздать и с поставкой груза на 10 недель» (2020, с. 146). В деловом общении немцы ведут себя довольно скованно, безэмоционально, стараются не заводить более близкого знакомства с партнерами, поскольку считают, что это ни к чему. Также М. А. Булахтин (2020, с. 148) пишет о том, что они не понимают намеков или двусмысленных изречений, соответственно, сами стараются говорить прямо и открыто, ожидая от собеседника такого же поведения. Поскольку эта нация обладает определенной деловитостью и соблюдает в общении исключительно вежливые обращения, избегая фамильярного поведения, представителям других национальностей немцы часто кажутся чересчур отстраненными и незаинтересованными. Как пишет о немцах в своей работе А. А. Лебедева, «немцы – ярые индивидуалисты. Они контролируют свои действия, что способствует большей устойчивости и предсказуемости переговорного процесса» (2015, с. 53). Таким образом, когда ситуация идет не по намеченному плану, немцы чувствуют себя растерянными и могут вовсе отказаться от совершения

сделки. Для ведения успешных переговоров с немцами нужна тщательная подготовка, они обращают внимание на презентацию, логику текста, рабочий стол переговорщика. На это в своих работах также указывают Л. В. Куликова (2004) и А. М. Сосновская (2011).

Учитывая типичное поведение немцев в деловом общении, обратимся к ситуациям, когда они стараются манипулировать собеседником или защищаются от манипулирования, а также рассмотрим лингвистические средства, используемые в процессе манипулирования. Манипуляция как процесс имеет в своей основе скрытость воздействия, желание манипулятора извлечь собственную выгоду и пренебрежение интересами манипулируемого. Сложность манипулирования в деловом общении, по мнению авторов, состоит в том, что манипулятор чаще всего опирается на эмоции и чувства манипулируемого. В деловой коммуникации эмоциям и чувствам немцы уделяют минимум внимания, оставаясь холодными и сдержанными, что в некоторых случаях приводит к недопониманию с представителями других национальностей.

Рассмотрим на примере из фильмов немецкого кинематографа ситуации, в которых собеседники отходят от норм гуманистического общения и используют манипуляцию для достижения собственных целей.

В фильме “100 Dinge” главные герои и лучшие друзья проходят собеседование в компании, интересующейся стартапами. Они тщательно готовятся к встрече, опрятно одеваются, готовят презентацию и речь выступления. Однако, чтобы поразить своих слушателей, один из героев подготавливает небольшую видеопрезентацию втайне от своего друга и включает ее после получения отказа. Главный герой знает, как вести дела и повлиять на аудиторию. Он сопровождает свою презентацию следующими репликами:

“*Sie fragen sich vielleicht was für Sie dabei rausspringt. Das ist fair. Ich zeige es Ihnen gleich*” (100 Dinge). / «Вы, наверное, спросите, какая выгода для Вас. Это справедливо. Я Вам сейчас покажу» (здесь и далее перевод выполнен авторами статьи. – П. Г., А. Д.). Затем герой включает презентацию, где описывает концепцию их разработки, а завершает ее словами: “*Was glauben Sie, würde Industrie dafür zahlen, um Paul so gut zu kennen? Selbstverständlich*” (100 Dinge). / «Как Вы думаете, индустрия стала бы платить за то, чтобы узнать Пауля так хорошо? Разумеется».

Манипулятор совмещает деловой характер ведения переговоров, присущий немцам, с экспрессией и эмоциональностью, чтобы привлечь внимание слушателей и сделать так, чтобы его дослушали до конца. В последней фразе он использует уловку-манипуляцию, суть которой заключается во внушении манипулируемому мнения, что он сам пришел к определенному выводу (*Selbstverständlich*). Такого рода выступление впечатляет как американских партнеров, с которыми в дальнейшем предстоит работать друзьям, так и их немецких представителей.

В фильме “Betonrausch” главный герой занимается мошенничеством и заключает сделки по продаже нерентабельных квартир. Свой путь в данной сфере он начинает со съема квартиры в благополучном районе. Чтобы получить такого рода квартиру в Германии, арендатору необходимо предъявить бессрочный контракт, заключенный с работодателем. Герой фильма подделывает такой контракт и пытается заключить сделку с риелтором. Женщина показывает молодому человеку квартиру, но относится к нему скептически: об этом свидетельствуют ее пренебрежительный тон, отсутствие элементарных манер вежливости, поспешность. Рассмотрим следующий диалог:

“*Sie: 3.400. Kalt.*”

*Er: Wo muss ich unterschreiben?*

*Sie: Haben Sie einen unbefristeten Arbeitsvertrag?*” (Betonrausch). /

«*Она: 3400 (Евро). Без оплаты за отопление.*»

*Он: Где мне подписать?*

*Она: У Вас есть бессрочный трудовой договор?».*

Молодой человек не поддается на ее инсинуации, ведет себя сдержанно и спокойно, на его лице играет легкая улыбка. Он протягивает ей документ. Девушка поспешно ищет строку с заработной платой.

“*Sie: Das reicht vollkommen. Was machen sie denn?*”

*Er: Ich programmiere Dating-Apps (голос мужчины спокойный, он говорит полушепотом, немного приблизившись к девушке).*

*Sie: Jacqueline. Ich heiße Jacqueline.*

*Er: Dirk. Also... die Unterschrift?*” (Betonrausch). /

«*Она: Это вполне хватит. Чем Вы занимаетесь?*»

*Он: Я разрабатываю приложения знакомств.*

*Она: Жаклин. Меня зовут Жаклин.*

*Он: Дирк. Итак... подпись?».*

В данной ситуации манипулятор применяет искусную тактику обольстителя. Поначалу его не слишком дорогой костюм и простая прическа не оказывают на девушку должного воздействия, но его спокойное и естественное поведение, уверенность в себе и обаяние берут верх, и девушка поддается манипулированию. В данном примере манипулятор использует личные качества, чтобы обольстить девушку и сместить акцент с документа на него самого. Его поведение не только заставляет ее поверить, что он платежеспособный, но еще и пробуждает у нее интерес к нему как к мужчине. Мы снова сталкиваемся с манипулированием в деловом общении, где манипулятор отходит от рамок общения, привычных для немцев, и использует собственные тактики поведения для достижения успеха. Такого рода тактики встречаются в фильмах “Der Nanny”, “Toni Erdmann”, “Schlussmacher”. Герои этих фильмов ведут переговоры и заключают сделки с партнерами, используя нестандартный принцип поведения. Они опираются на реакции и эмоции собеседников, вызванные

в ответ на выходящие за рамки дозволенного интенции манипуляторов. Таким же образом ведет себя герой в фильме “100 Dinge”. Являясь крупным инвестором, он пытается уговорить одного из разработчиков перейти к нему в штат, но делает он это непривычным для немцев способом: он поддавливает мужчину у мусорных баков, в нерабочее время, и небрежно жуя яблоко, объясняет ему, почему он хочет работать с ним лично. Между ними происходит следующий диалог:

– *Was machen Sie hier?*  
 – *Wir haben dich beobachtet.*  
 – *Mich?*  
 – *Ja.*  
 – *Ich verstehe, was das wird, ich verkaufe NANA nicht billiger. Sie ist ihr Geld wert.*  
 – *Ist sie nicht.*  
 – *Nicht?*  
 – *Sie ist mehr wert. Sie ist so harmlos, sie bringt Menschen zum Lachen. Das ist eine perfekte Waffe, Paul.*  
 – *Was?*  
 – *Du hast diese Maschine in eine Person verwandelt. Ich brauche solche Menschen wie du, Paul. Du bist ein Genie. Ich auch. Die Welt gehört uns, nicht Toni. Komm zu uns. Komm auf unsere Seite.*  
 – *Auf die dunkle Seite?*  
 – *Nein. Nein, Paul. Auf die andere Seite des Ozeans. Hier. Wann immer du bereit bist (инвестор протягивает ему билет на самолет первого класса)” (100 Dinge). /*

«– *Что Вы здесь делаете?*  
 – *Мы за тобой следили.*  
 – *За мной?*  
 – *Да.*  
 – *Я понимаю, что происходит. Я не продам НАНУ (приложение, которое он разработал. – Р. Г., А. Д.) дешево. Она стоит своих денег.*  
 – *Нет, не стоит.*  
 – *Правда?*  
 – *Она стоит намного больше. Она такая невинная, заставляет людей смеяться. Она идеальное оружие, Пауль.*  
 – *Что?*  
 – *Ты превратил эту машину в человека. Мне нужны такие люди, как ты, Пауль. Ты гений. Я тоже. Мир принадлежит нам, а не таким, как Тони. Переходи к нам, переходи на нашу сторону.*  
 – *На темную сторону?*  
 – *Нет, нет, Пауль. На другую сторону океана. Возьми. Используй, когда будешь готов».*

Манипулятор пользуется неформальной обстановкой, чтобы переманить к себе профессионального сотрудника, используя при этом лесть, выраженную эмоционально окрашенными конструкциями (*solche Menschen wie du; Du bist ein Genie; Die Welt gehört uns*). Императив, используемый рефреном (*Komm zu uns. Komm auf unsere Seite*), нацелен на попытку склонить Пауля принять поспешное решение, ничего не обдумав. Манипулятор не давит на манипулируемого, оставляет ему выбор (*Wann immer du bereit bist*), таким образом создавая у манипулируемого чувство защищенности.

Большой интерес представляет манипуляция с позиции немца, ведущего переговоры. Как правило, такой манипулятор готовится заранее, продумывая свои шаги, и старается предугадать реакцию делового партнера. В фильме “Toni Erdmann” главная героиня пытается убедить партнеров действовать по стратегии, предложенной ей. Она работает в аутсорсинговой компании и готовится к презентации для крупного партнера. Она создает ситуацию, в которой возможны три исхода событий и предлагает желаемый исход в середине презентации. В первую очередь она представляет вариант, который сразу же отменяется партнером в силу его дороговизны, затем следует желаемый манипулятором вариант, а в конце озвучивается опция, которая выглядит менее выгодной для партнера. Таким образом у манипулируемого создается впечатление свободного выбора, однако на самом деле ему предлагают лишь один действующий исход событий. Главная героиня комментирует свое решение следующим образом:

«– *Ich denke, wir sollten offensiver rangehen. Ich glaube, dass er hofft, dass wir ihm die Entscheidung abnehmen, dass wir sozusagen massiv verordnen. Er kann kein aktiver Fürsprecher sein. Deshalb würde ich gerne drei Optionen präsentieren. Ein Full-Outsourcing, das ganz viel kostet. In der Mitte unsere Variante, klar. Die dagegen realisierbar, fast harmlos wirken wird. Und eine Minimallösung im Pilot Asset, die kaum Veränderungen bringt” (Toni Erdmann). / «– Я думаю, нам следует действовать более агрессивно. Мне кажется, он надеется, что мы примем решение за него, что мы, так сказать, сами во всем разберемся. Он не может принимать позицию активного заступника. Поэтому я бы предложила три возможных варианта. Полный аутсорсинг, который стоит много денег. В середине наш вариант, само собой, который, в свою очередь, реализуемый и не повлечет за собой почти никаких последствий. И минимальное решение в Пайлот Ассет (консалтинговая компания. – Р. Г., А. Д.), которое не принесет никаких изменений».*

Главная героиня готовится к презентации за несколько дней до переговоров: она встречается с партнером в неформальной обстановке и старается выяснить, какое у него отношение к аутсорсингу и какие действия он собирается предпринимать в будущем. Этими знаниями она делится с коллегами и начальником.

Данный пример демонстрирует, насколько немцы тщательно подходят к ведению переговоров и планируют манипулятивные ходы заранее, продумывая возможные исходы событий.

## Заключение

Исходя из вышеописанного, можно сделать вывод, что для достижения цели при деловом взаимодействии немцы обращаются к определенным тактикам манипулирования. Их тактики заключаются в стремлении вывести партнера из зоны комфорта и вызвать у него определенные эмоции, что часто становится возможным благодаря резкой смене намеченного плана действий или отхождению от общепринятых норм поведения немцев в деловом общении. Манипулируемый попадает под влияние манипулятора, опираясь на собственные чувства и эмоции, и действует по сценарию, задуманному манипулятором, считая, что поступает так по собственной воле. Таким образом, основными манипулятивными тактиками в деловом общении немцев являются тактика отхождения от общепринятых норм коммуникативного поведения и тактика оболъщения.

Среди основных признаков деловой коммуникации в немецкой лингвокультуре следует выделить сдержанный характер ведения переговоров и нацеленность на результат. Немецкие деловые партнеры, как правило, пунктуальны, рассудительны и педантичны. Они ценят точность и определенность при обсуждении конкретных пунктов договора, ведут себя скованно и безэмоционально, стараясь близко не подпускать партнеров к границам своей «персональной территории», поскольку они относятся к индивидуалистическому типу культуры.

Перспективными представляются сопоставительное изучение коммуникативных средств реализации манипуляции на материале генетически родственных и неродственных языков, а также анализ личности манипулятора с учетом гендерных, возрастных и социальных признаков.

## Источники | References

1. Аверченко Л. К. Управление поведением в организациях. Новосибирск: Изд-во Сибирской академии государственной службы, 2015.
2. Булахтин М. А. Культурные детерминанты немецкого стиля переговоров // Вестник Прикамского социального института. 2020. № 1 (85).
3. Горанчук В. В. Психология делового общения и управленческих воздействий. СПб. – М.: Нева; ОЛМА-ПРЕСС Инвест, 2003.
4. Гурочкина А. Г. Манипулирование в лингвистике // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2003. № 3 (5).
5. Дроздова Д. Р. Вербальные способы реализации манипулятивных стратегий в академическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 11.
6. Куликова Л. В. Особенности русско-немецкой коммуникации как отражение конфронтации национальных коммуникативных стилей // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2004. № 2.
7. Лавриненко В. Н. Психология и этика делового общения. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
8. Лебедева А. А. Социокультурная компетенция (на примере немецкого языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. 2015. № 9 (720).
9. Морозов М. А. Политические эвфемизмы как средство манипулирования в современной публицистике // Мир русского слова. 2015. № 1.
10. Сосновская А. М. Деловая коммуникация и переговоры. СПб.: Изд-во Северо-Западной академии государственной службы, 2011.
11. Шостром Э. Анти-Карнеги. М.: Попурри, 2005.
12. Kirschner J. Manipulieren – aber richtig. Acht erfolgreiche Strategien, mit denen Sie auf andere Menschen Einfluss nehmen. Berlin: Nikol, 2012.

## Информация об авторах | Author information

**RU**

Газизов Рафаэль Аркадьевич<sup>1</sup>, д. филол. н., проф.  
Дильмухаметова Арина Валерьевна<sup>2</sup>, к. филол. н.  
<sup>1,2</sup> Уфимский университет науки и технологий

**EN**

Gazizov Rafael Arkadjevich<sup>1</sup>, Dr  
Dilmukhametova Arina Valerjevna<sup>2</sup>, PhD  
<sup>1,2</sup> Ufa University of Science and Technology

<sup>1</sup> [tasufa.gazizov@gmail.com](mailto:tasufa.gazizov@gmail.com), <sup>2</sup> [arinadeutsch@gmail.com](mailto:arinadeutsch@gmail.com)

## Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 02.03.2023; опубликовано (published): 28.04.2023.

**Ключевые слова (keywords):** деловое общение; манипуляция; менеджер; немецкий партнер; business communication; manipulation; manager; German partner.