

Usynlig, men altid til stede

Ulla Gjedde Palmgren (red.): Håndbog i høflighed – kulturelle koder i elleve EU-lande, Forlaget Multivers, 2008, 335 s., 338 kr.

Af Lene M. Pedersen

Det siges, at ingen nogensinde har set en kultur. Kultur er et svært definerbart begreb, som ikke kan ses med det blotte øje, men som alligevel ligger til grund for menneskers handlinger og derigennem manifesterer sig. At skrive om kulturelle koder i elleve forskellige lande er derfor ingen let sag. I sagens natur er man, for i det hele taget at kunne beskrive kultur, nødt til at generalisere og simplificere. Samtidig filtreres et andet samfunds kultur gennem beskriverens øjne og er dermed allerede udsat for fortolkning. Dette klassiske dilemma er i denne bog søgt løst ved at se på udvalgte dele af et givet samfund samt overlade beskrivelsen til en kender, som må formodes at have dybere indsigt i den pågældende kultur.

Redaktøren har valgt elleve EU-lande. Der er klassiske valg som Frankrig og Tyskland, men også Polen og Estland optræder, hvilket viser, at der er udblik til nye handelspartnere i vores nærområde.

Når kulturer støder sammen

Den franske og danske kultur i arbejdssammenhænge er vidt forskellig. I Danmark værdsætter vi, at folk er "naturlige", hurtigt bliver dus og er afslappet klædt, fordi det signalerer, at man er et ærligt menneske, som er indstillet på seriøst arbejde. Men det går helt galt, hvis man uden videre overfører denne opførsel til et møde med franskmænd. I Frankrig ønsker man at fremstå velforberedt ved at være standsmæssigt påklædt, omtale andre ved fulde navn og være "civiliseret". I bogen illustreres dette meget underholdende med historien om en ung dansk kvinde, der møder op i en pæn sommerkjole og sandaler til et møde med jakkeklædte franskmænd. Hun ønsker at signalere, at hun er pænt, men praktisk klædt på i sommervarmen, og vil vise venlighed ved at være dus. Men hendes partnere opfatter hende som useriøs og flirtende – for hvorfor vil man ellers være dus med ældre mænd?

Dette viser meget godt, at det danske selvbillede af os som charmerende, ligefremme og "ud-af-posen", befriende afslappede, som regel opfattes helt anderledes i andre kulturer. Man kan således komme galt af sted, og komme til at træde andre over tærerne, hvis ikke man formår at tage bestik af situationen og ændre sin opførsel. Der er sikkert mange handler, som er gået skævt, fordi forretningspartnere simpelthen har misforstået hinandens signaler. Bogen forsøger netop at belyse disse forskelle i især forretningsssammenhæng, for det er her, at vi for alvor ønsker at forstå hinanden. Som

turist kan man tillade sig at affeje andres reaktioner som kuriøse, men i forretningslivet har man brug for en større forståelse for at opnå et ønsket resultat. De fleste af kapitlerne har fokus på netop dette, mens enkelte kapitler har lidt for meget rejseguide over sig med beskrivelser af bl.a. madkultur.

Tyskland kan overraske

I Danmark har vi nok tendens til at have et forholdsvis fastlåst billede af Tyskland, og dette kastes der et lidt andet lys på i bogen. Det gælder dog, at tyskere foretrækker en mere formel tone i tiltale af andre, lægger større vægt på at anvende folks titler og ikke så hurtigt bliver dus. Dette skal dog ikke forstås som afstandtagen, men som høflighed - den korrekte måde at behandle nye ansigter på. Generelt er der et større skel mellem arbejdsliv og privatliv, som netop afspejles i en mere formel holdning til ens forretningspartnere. Men der er regionale forskelle i Tyskland, som også spiller en rolle - f.eks. vil østtyskere oftere minde om danskere i opførsel.

At arbejdsliv og privatliv er forholdsvis adskilt, er mere reglen end undtagelsen i de udvalgte lande. Der er forskel på, om man er sammen med andre i en social, privat sammenhæng, eller om man sidder i et møde med andre. Dette gælder også i Danmark, men her vil vi gerne signalere imødekommenhed ved at inddrage andres privatliv - f.eks. ved at spørge til, hvad andre har lavet i weekenden som en indledning til et møde. Samtidig er det nærmest obligatorisk til f.eks. en kom sammen at spørge ens sidemand om, hvad vedkommende laver. Det betragtes som en høflig interesse i Danmark, en god og neutral måde at indlede en samtale på, når man ikke kender vedkommende. Men i England anses et sådant spørgsmål for at være snagende, og ingen vil svare direkte på det, men blot mumle noget om at "jeg arbejder inde i byen".

Så lig os og så alligevel ikke

Det var interessant at læse kapitlet om Sverige. I Danmark er vist en tendens til at opfatte danskere og svenskere som næsten ens - vi er jo så tæt på hinanden og nordiske broderfolk. Det er derfor en øjenåbner at læse om de forskelle, man ikke umiddelbart kan se, men som spiller en stor rolle. Svenskerne værdsætter konsensus og gruppens beslutningsproces i højere grad end danskere. Danskere vil ofte mene, at et møde er nok til at træffe en beslutning, og selvom det er vigtigt, at flere får givet deres mening til kende, er der ingen grund til at tærse langhalm og f.eks. tage ordet for blot at udtrykke enighed med forrige taler. Her bliver den kulturelle forskel tydelig, for i Sverige er der netop fokus på en længere beslutningsproces for at sikre, at informationen er forstået af alle, og at alle er indforstået med den

beslutning, der bliver truffet. Som det beskrives i bogen, kan dette ofte klares på et møde i Danmark, men tager tre møder i Sverige.

Som dansk forretningsmand vil man ofte mene, at det er godt at gå lige til sagens kerne uden omsvøb, at fremlægge fakta på en nøgtern måde uden at bruge for mange fagter og unødvendige ord. Det anses for høfligt ikke at spille folks tid med den slags. Det er en af bogens centrale pointer, at dette som regel forholder sig helt anderledes i andre kulturer. I Italien anses det for kultiveret at holde lange taler, hvor man viser sin sans for retorik. Her er det uciviliseret at gå direkte til sagens kerne, og som dansker kan man risikere at blive opfattet som udannet, hvis man ikke har denne forskel for øje.

Naboer mod vest

Vi danskere ynder også at se os selv som meget lig briterne. Dette er faktisk meget langt fra sandheden. Briterne er rundet af, at deres land spiller en betydelig rolle internationalt, både historisk og i nutiden, samt at de har en kolonial fortid, som har givet en blandet befolkningssammensætning. Der er i langt højere grad en hårdere iværksætter-ånd og "klar dig selv-" mentalitet, som giver et barskere og mere kontant erhvervsliv. Der er således ikke samme fokus på at opnå konsensus som i Danmark og i langt højere grad i Sverige. Der er heller ikke samme uformelle omgangstone og påklædning i både arbejdsmæssig og privat sammenhæng, men som mand går man aldrig galt af et mørkt jakkesæt. I England foretrækker man at holde en vis fysisk distance til ens partnere, så man kommer ikke til at møde et fransk "luftkys" - hvilket sikkert passer de fleste danskere meget godt.

Naboer mod øst

Polen og Estland er, som nævnt, medtaget på listen over de elleve EU-lande. Forretningslivet har længe kigget mod øst og set gode handelsmuligheder, og med øget interaktion er det naturligt at få belyst de kulturelle koder, som man vil møde her. Polen er et klassisk eksempel på, at der i udlandet er et større hierarki på arbejdspladsen. Her er det chefen, der bestemmer, og man er ikke vant til med- og modspil fra medarbejderne. I Danmark er vi vant til en uformel tone med chef og ansatte, som man ikke finder i ret mange andre lande. Man skal derfor være varsom med at videreføre sin sædvanlige omgangstone, når man er på en udenlandsk arbejdsplads. Her gælder det, som i så mange andre sammenhænge, at man må "skik følge eller land fly". Det er dog interessant, at det her, som i Danmark, er god tone at spørge ind til ens partner inden et møde - f.eks. hvordan deres rejse har været, og om de har fået et godt indtryk af landet.

Estland minder, i en arbejdsmæssig sammenhæng, på mange måder en hel del om Danmark. Der er en mindre formel tone mellem partnere end i Tyskland, og man er knap så konsensusøgende som i Sverige. Med

hensyn til påklædning minder stilen, både privat og på jobbet, meget om danske forhold, så her går man ikke galt i en pæn sommerkjole til et møde. Omgangstonen på jobbet er også forholdsvis afslappet, og der sættes pris på en medarbejder, som ytrer sin mening konstruktivt.

At navigere i en fremmed kultur

I en stadig mere internationaliseret verden kommer vi i stigende grad i kontakt med andre folkeslag og kulturer. Og vi har alle brug for at handle over grænserne, for at sikre os varer og ydelser. Så hvad enten man vil det eller ej, er det tvingende nødvendigt at forholde sig til andres måde at opfatte verden på. Desværre er vi danskere ikke nær så gode til at interagere med andre, som vi selv tror. Det anses ikke internationalt for nær så charmerende at opføre sig som "Klods-Hans" i prinsessens sal, som vi selv har en tendens til at mene. Som en håndbog i kulturelle koder er bogen en god ide til dem, som ønsker et hurtigt indblik i et givet lands (forretnings-)kultur. Berejste og erfarne forretningsfolk vil sikkert ikke finde meget nyt, men for den uerfarne eller interesserede er der flere ting at hente. Ønsker man en dybtgående eller bredere analyse, må man søge informationen andre steder. Bogen her giver, som nævnt, kun et hurtigt indblik, men det er ikke ment som en kritik. Konklusionen må være, at der er meget at lære, når man skal agere i en anden kultur, og her kan en håndbog være et første skridt på vejen.

Lene M. Pedersen er cand.mag. i historie og europastudier