



Психологические трудности в процессе российско-китайской межкультурной коммуникации: опыт качественного исследования российской деловой среды

ВАСИЛЬЕВА Екатерина Дмитриевна

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

Аннотация. Несмотря на долгую историю контактов между Россией и Китаем, взаимодействие представителей наших стран сопровождается рядом трудностей, связанных с языком, культурной дистанцией, предубеждениями и другими факторами. *Цель.* В данной статье рассматриваются результаты эмпирического качественного исследования, посвященного проблеме восприятия русскими трудностей межкультурной коммуникации с китайцами в деловом контексте. *Метод.* Были проведены интервью с 20 респондентами ($M = 36$ лет, $SD = 6,5$), этническими русскими предпринимателями, сотрудничающими с китайскими компаниями, и русскими сотрудниками китайских компаний, имеющих представительства на территории России. Процедура тематического анализа была нацелена на ответ на вопрос «Какие трудности возникают у русских в процессе деловой коммуникации с китайскими партнёрами или коллегами?». В процессе анализа выделялись основные темы и подтемы, связанные с воспринимаемыми коммуникативными трудностями. *Результаты.* Тематический анализ ответов на вопросы интервью позволил выделить четыре основные категории трудностей: выстраивание взаимоотношений (дистанция, неопределённость и отсутствие доверия); эмоциональные трудности (раздражение, стресс, тревожность); вербальные трудности (незнание китайского языка, использование вариантов английского языка, навыки коммуникации); отношение к работе (отношение ко времени и способ предоставления информации). Кроме того, отмечается, что, в восприятии русских, в поведении китайцев присутствуют некоторые парадоксы, которые, предположительно, влияют на уровень неопределённости и тревожности, и, как следствие, порождают недоверие. В статье обсуждаются результаты и предлагаются пути преодоления данных психологических трудностей. Психологические трудности русско-китайской межкультурной коммуникации вызваны не только объективными различиями русской и китайской культур. На первый план выходит недостаток знаний русских о Китае и особенностях коммуникативного стиля китайцев. Несмотря на продолжительное время работы с китайскими коллегами и партнёрами русские зачастую не владеют китайским языком и не имеют необходимых для успешной коммуникации знаний, вследствие чего опираются в основном на собственный опыт и сформированные в обществе стереотипы о китайцах.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; предубеждения; стереотипы; межгрупповое восприятие; деловая среда; деловое общение; Россия; Китай.

Введение

Актуальность изучения взаимодействия российских организаций с китайскими подкрепляется тем, что на сегодняшний день Китай — основной крупный торговый партнёр России, оборот с которым вырос за последние пять лет (Вислогузov, 2019). Российско-китайские отношения «выдержали испытание временем», и характеризуются в современном дискурсе как «всеобъемлющее равноправное доверительное партнёрство» (Лавров, 2019). При этом на уровне межгруппового взаимодействия сохраняются проблемы, связанные с такими факторами, как межгрупповые предубеждения, культурная дистанция и различия в коммуникативных стилях представителей двух стран (Якупов, 2017; Хунюэ, 2017; Fedorova, 2012). Целью нашего исследования было выявить воспринимаемые русскими коммуникативные трудности, возникающие в процессе межкультурного взаимодействия с китайцами в деловой среде.

Трудности межкультурной коммуникации обусловлены различиями на когнитивном — ценности, нормы (Leung, 2015), аффективном — степень эмоциональной экспрессивности (Winkler, 2008), и поведенческом (язык, стиль коммуникации) уровнях (Spencer-Rodgers, 2002). Для обеих сторон эти различия становятся причиной недостатка информированности, отсутствия общих тем для обсуждения (Henze, 2012; Yuan, 2011), более высокого уровня неопределённости и межгрупповой тревоги (Harrison, 2009; Spencer-Oatey, 2017). Поэтому успешность межкультурного взаимодействия требует от участников адаптации к незнакомым традициям и практикам, языковым сложностям, новым стилям коммуникации, которая не всегда проходит успешно. Как результат, участники склонны к неправильной интерпретации и оценке происходящего, отчего испытывают дискомфорт.

В социальной психологии проблемы взаимодействия представителей разных культурных групп условно можно распределить по трём исследовательским направлениям — адаптация (Giacobbe-Miller, 2003; Беляев, 2018), социальная идентичность (Махова, 2014; He, 2018; Wishnick, 2017) и межкультурная коммуникативная компетентность. Исследования в области межкультурной коммуникативной компетентности предлагают теоретическую и методологическую основу для выявления трудностей, с которыми сталкиваются представители разных культурных групп в процессе общения. В литературе можно встретить мнение, что «межкультурная компетентность — термин, схожий с концепцией лица: это скорее не само поведение, а впечатление, которое оно производит; не набор действий, а то, как они влияют на процесс общения; не способ взаимодействия, а оценка, которую ему дает визави» (Spitzberg, 2013, с. 23).

В то же время любой эпизод взаимодействия представителей разных культур находится под влиянием более широкого социального, исторического и политического контекста, который определяет положение коммуникантов относительно друг друга (Block, 2013; Nakayama, 2010; Holliday, 2012). Результаты исследования национальных стереотипов по модели содержания стереотипов (SCM) показывают (Grigoryev, 2019), что, по мнению русских, китайцы относятся к группе с высоким уровнем компетентности и низким уровнем теплоты. В эту же группу вошли представители нескольких экономически развитых стран, например, американцы, англичане, немцы, японцы. Это те группы, которые воспринимаются русскими как властные и прагматичные, часто настроенные недоброжелательно по отношению к России (Fiske, 2007). Кроме того, в исследовании Д. Григорьева с коллегами экономическая угроза была выделена как специфичный для Китая предиктор компетентности (Grigoryev, Fiske, Batkhina, 2019).

Психологические трудности в процессе общения между русскими и китайцами изучались отечественными и китайскими специалистами в нескольких аспектах: восприятие русскими специфики вербального (Чжан, 2016) и невербального (Новикова, Гридунова, 2011) поведения китайцев, различия в индивидуальном стиле обмена информацией (Michailova, 2016), сравнение способов выстраивания доверительных отношений между русскими и китайцами (Бычихина, 2014; Batjargal, 2007; Григорян, 2013), различия в восприятии корпоративной культуры (Ardichvili, 2012).

Исследователи подчёркивают, что такие индигенные концепции китайской культуры как «лицо» и «гуаньси» в значительной степени влияют на коммуникативный стиль представителей КНР (Fang, 2011). Стремление китайских «визави» создать положительный образ в процессе коммуникации или «сохранить лицо» обуславливает преимущественное использование косвенного стиля коммуникации, в отличие от русских, которым свойственна прямая, императивная коммуникация. Отсюда следует и использование разных каналов для передачи информации — невербальный у китайцев и вербальный у русских. Значительные различия заложены в стратегиях выстраивания отношений между партнёрами (Bond, 2010). В деловой коммуникации русские отдают приоритет решению задач и экономии времени, предпочитают определённость. В то время как китайские партнёры нацелены на выстраивание и поддержание долгосрочных отношений. Такой подход влияет на процесс принятия решений и неопределённость ситуации (Huang, 2019).

Таким образом, предыдущие исследования выделяют несколько групп возможных трудностей в контексте общения между русскими и китайцами: межгрупповые стереотипы, культурные различия на уровнях: вербального и невербального общения, выстраивания деловых взаимоотношений и отношение к рабочему процессу.

Метод

Выборка

В исследовании приняли участие 20 русских (10 мужчин и 10 женщин) сотрудников российских подразделений китайских компаний, в том числе русские руководители российских компаний, взаимодействующие на постоянной основе с китайскими партнёрами. На момент проведения интервью респонденты находились и имели основное место работы на территории России.

Пятеро респондентов имели предварительные знания о Китае и имели опыт изучения китайского языка. Однако только один респондент использует китайский язык в деловом общении. Остальные общаются с русскоговорящими китайцами по-русски или общаются с ними на английском, или прибегают к услугам переводчика.

Таблица 1. Характеристики выборки

Этническая группа		Русские
Количество респондентов	20	
Пол	Мужчины	10
	Женщины	10
Возраст	$M = 36, SD = 6.5$	
Профессиональная подготовка	Имеют специальное образование (востоковедение, международные отношения, китайский язык)	4
	Не имеют специального образования, в том числе не изучали китайский язык	16
Компания	Русские компании, которые сотрудничают с китайскими партнёрами	5
	Русские компании, которые сотрудничают с китайскими партнёрами и имеют в штате китайских сотрудников	3
	Китайские компании, имеющие представительства в России	6

Должность	Владелец бизнеса (российские компании)	3
	Руководитель подразделения	14
	Специалист	3
Опыт работы	$M = 7, SD = 5,9$	
Тип взаимодействия	Преимущественно общение с китайскими партнерами	11
	Преимущественно общение с китайскими коллегами, в том числе подчиненными	9
Язык деловой коммуникации	Русский	4
	Английский	15
	Китайский	1

Процедура интервью

В качестве метода исследования были выбраны структурированные качественные интервью. Проведённые в рамках данной работы интервью были посвящены исследовательскому вопросу: «Какие трудности в общении с китайскими деловыми партнёрами выделяют российские работники?». Структурированное интервью содержало следующие восемь вопросов, которые позволяют выявить основные трудности общения с представителями инокультурной группы.

1. Какие трудности возникают в общении с китайцами?
2. Какие предварительные знания о культурных особенностях Китая у Вас были?
3. Что оказалось полезным в процессе общения?
4. Как вы считаете, из-за чего может возникнуть непонимание?
5. Какие самые частые причины того, что русские не могут договориться с китайской стороной?
6. Какие эмоции сопровождали общение?
7. Чтобы вы хотели бы поменять в своём поведении при общении с китайцами?
8. Какие советы бы Вы дали тем, кто начинает сотрудничать с китайцами?

Респонденты были осведомлены о процедуре интервью и целях исследования. Все интервью проводились в комфортном помещении, выбранном респондентами, и были записаны на диктофон. В среднем каждое интервью длилось от 80 до 100 минут. В процессе расшифровки интервью сохранены стилистические особенности речи. Объём текста ответов одного респондента на вопросы интервью в транскрипции составил $M = 27\,910$ знаков, $SD = 0678$, общий объём расшифрованного текста — 94 956 слов.

Процедура тематического анализа была нацелена на ответ на вопрос «Какие трудности возникают у русских в процессе деловой коммуникации с китайскими партнёрами или коллегами?». В процессе анализа выделялись основные темы и подтемы, связанные с воспринимаемыми коммуникативными трудностями (Табл. 2).

Таблица 2. Психологические трудности в процессе российско-китайской межкультурной коммуникации (сводная таблица тем и подтем для анализа)

Тема (подтема)	Конкретные высказывания
1. Коммуникативные трудности	
1.1 Языковые трудности	Громкая и непонятная речь
	Сложность в использовании китайского языка
	Использование вариантов английского
	Невысокий уровень владения английским языком
	Переводит только то, что не обидит собеседника
1.2 Навыки коммуникации	Нужно быть настойчивым, чтобы защитить свои интересы
	Нужно быть настойчивым, чтобы заслужить уважение
	Умение идти на уступки воспринимается как показатель доверия

1.3 Навыки распознавания косвенной коммуникации	<p>Скрывают проблемы</p> <p>Всегда со всем соглашаются</p> <p>Не используют прямых отрицаний</p> <p>Уход от конфликтной ситуации</p> <p>Нежелание обсуждать негативные стороны и говорить про что-то плохое</p> <p>Не понятно, это согласие или косвенное «нет»</p> <p>Размытые ответы на конкретные вопросы</p>
2. Эмоциональные трудности	
2.1 Эмоциональные трудности	<p>Сложно держать концентрацию долгое время</p> <p>Сложно воспринимать, когда их много</p> <p>Угнетает поведение</p> <p>Трудно, потому что не понимаешь, что к чему</p> <p>Эмоционально трудно, потому что они закрываются, если что-то делать не так, как они привыкли</p> <p>Очень тяжело объяснить свою позицию</p> <p>Приходится сдерживать свои эмоции</p>
3. Выстраивание взаимоотношений	
3.1 Дистанция	<p>Осторожность по отношению к иностранным партнёрам</p> <p>Установка на то, что иностранца можно обмануть</p> <p>Необходимо иметь посредника, медиатора</p> <p>Большая дистанция между рабочим кругом и кругом друзей</p> <p>Установка на то, что партнёр не знает «как надо»</p>
3.2 Неопределённость	<p>Непонятно, кто принимает решения</p> <p>Непонятно, кто несёт ответственность</p> <p>Нарушение привычной иерархии</p> <p>Несоблюдение договорённостей</p>
3.3 Изменения	<p>Трудно получить результат договорённостей</p> <p>Не понятна мотивация поступков</p> <p>Непредсказуемость</p> <p>Обманывают</p> <p>Делают всё по-другому</p> <p>Пересматривают договоренности задним числом</p> <p>Нет уверенности, что всё будет так, как обговорено</p>
3.4 Доверие	<p>Отсутствие доверия</p> <p>Невозможность выстроить доверительные отношения</p> <p>Непонятно, будут ли реализованы договорённости</p>
4. Различия в отношении к работе	
4.1 Отношение ко времени	<p>Невозможно давать несколько задач сразу</p> <p>Много времени на согласование</p> <p>Долгий процесс принятия решений</p> <p>Долгие проверки</p> <p>Много времени на установление контакта</p> <p>Медленный темп работы</p> <p>Другой рабочий календарь</p>
4.2 Организация труда	<p>Невозможно работать онлайн</p> <p>Нет уважения к человеческому труду</p> <p>Высокий уровень зависимости от руководства</p> <p>Жёсткий деловой этикет</p> <p>Потребность в дневном отдыхе</p>
4.3 Работа с информацией	<p>Отсутствие обратной связи</p> <p>Не всегда готовы делиться информацией полностью</p>

Проверка надёжности выделенных тем производилась в два этапа — параллельный анализ независимым экспертом для сопоставления выделенных тем и обсуждение их с одним из участников интервью в дополнительной беседе.

Результаты

Индуктивно генерированные категории были проанализированы двумя независимыми экспертами и в итоге объединены в четыре базовые категории трудностей, процентное соотношение которых продемонстрировано на Рисунке 1. Мы полагаем, что категории, составляющие наибольший процент, то есть представленные наибольшим по частоте количеством индикаторов являются «ядерными», то есть позволяют установить содержание ядра социального представления в рассматриваемой области (Лебедева, 2011).

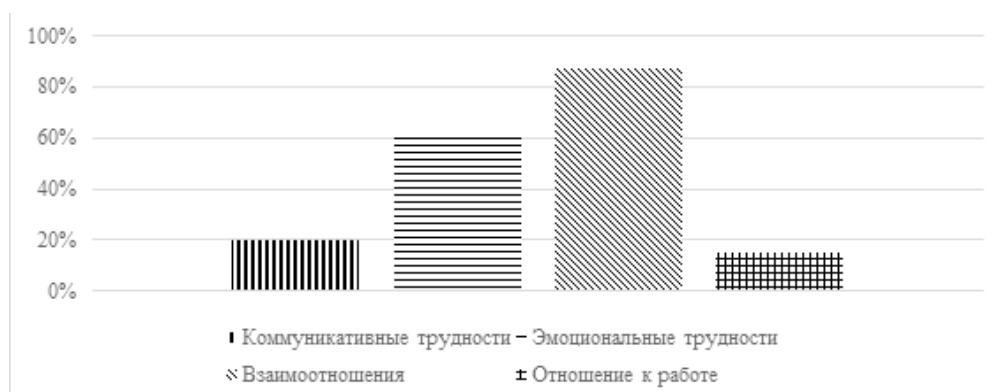


Рисунок 1. Сравнение базовых категорий трудностей, с которыми сталкиваются русские в процессе деловой коммуникации с китайцами, %

Взаимоотношения — это трудности, связанные с выстраиванием доверительных межличностных отношений. В данную категорию вошли такие подкатегории, как дистанция, неопределённость, отсутствие доверия и постоянные изменения.

Эмоциональные трудности, связанные с дискомфортом, раздражением или стрессом, возникающими в процессе общения.

Коммуникативные трудности, куда вошли языковые трудности, непрямая коммуникация и отсутствие культурно-специфических коммуникативных навыков.

Отношение к работе — сюда вошли отношение ко времени, работа с информацией и некоторые моменты технического характера, такие как этикет, рабочий календарь, сложности с онлайн общением.

Выстраивание взаимоотношений

Как видно из гистограммы, по мнению респондентов, наиболее важным препятствием в процессе взаимодействия с китайцами являются трудности, связанные с выстраиванием взаимоотношений. Эта категория включает в себя три подкатегории — отсутствие доверия, неопределённость, постоянные изменения и предубеждения. Из ответов респондентов мы выяснили, что наибольшую сложность в русско-китайских взаимоотношениях представляет отсутствие доверия — 87% трудностей связано именно с ним. Практически все отмечают, что не доверяют своим коллегам и партнёрам. *«Я им не доверяю, я им не верю. Я не верю ни одному сказанному ими слову. Давайте так, китайцы — не друзья».* В то время как многие выделяют это недоверие в отдельную категорию, другие респонденты говорят о нём, как о следствии нескольких факторов — разделение на «свой — чужой», неопределённость в отношениях, постоянные изменения и нежелание делиться информацией с китайской стороны.

Во-вторых, неопределённость выражается, по мнению респондентов, в непрозрачной структуре китайской организации. Не всегда понятно, кто за что отвечает, и кто принимает решения. Например: *«Я наблюдал это в Китае очень много раз, как директор все свои личные*

дела вел с водителем. Водитель — это очень близкий человек, он сидит рядом постоянно ... для них это очень важно, вот мы приехали все вместе, мы и должны сидеть все за столом переговоров». Это вызывает у русских трудности, связанные как с рабочими процессами, так и эмоционального характера — раздражение, стресс и тревожность.

В контексте деловых взаимоотношений китайцы в глазах русских выглядят прагматичными, нацеленными на сиюминутную выгоду. Несколько раз в интервью звучали такие фразы, как «их вообще не волнует, как они будут выглядеть...», при этом имеются в виду последствия поступков китайских партнёров. Респонденты часто оперируют такими понятиями, известными в литературе, как «лицо», вкладывая в него представления о деловой репутации и «правильном поведении в глазах своего делового партнёра». Получается интересный парадокс и подмена понятий — в глазах русских китайцы не заботятся о лице и не стремятся выстроить долгосрочные отношения. Приведём пример ориентации на краткосрочный прагматизм и личную выгоду: «Они не в состоянии предсказать последствия. От этого и происходит, что они всегда мыслят о выгоде, поэтому они не в состоянии воспроизвести, развернуть в голове последствия на несколько шагов вперёд».

Данные ситуации оцениваются респондентами как негативный опыт взаимодействия с китайскими коллегами и партнёрами. Это способствует закреплению негативных предубеждений, которые проявляются не зависимо от длительности или субъективной успешности делового взаимодействия. В контексте коммуникации с партнёрами, а не коллегами, респонденты стабильно высказывали подобные суждения: «Если, между нами говоря, в своё время меня научили, что какой бы китаец не был, у него все равно в крови сидит «обмани белого брата». Поэтому очень сложно с ними строить отношения».

Эмоциональные трудности

Вышеперечисленные трудности проявляются и на аффективном уровне. Эмоциональные реакции, которые испытывают русские при общении с китайцами, условно можно разделить на две основные группы (Рисунок 2). Сравнение базовых категорий ответов на вопрос «Какие эмоции Вы чаще всего испытываете при общении с китайской стороной?».



Рисунок 2. Сравнение базовых категорий эмоциональных трудностей, возникающих у русских в процессе деловой коммуникации с китайцами

Положительное удивление возникает в случае, когда реальность превосходит ожидания. В основном связано с контекстом, когда бизнесмены оценивают уровень экономического роста и развития социальной сферы Китая. С другой стороны, эти эмоции связаны с тем интересом и знаниями, которые проявляют китайцы по отношению к России. Например: «Эмоции очень разные, потому что люди сами по себе все разные. Начиная от общения со сверстником, который, тем более, знает нашу культуру, ты можешь удивляться некоторым вещам, что они замечают, и что не замечаешь ты...».

Негативные эмоции — раздражение, стресс, связанные с образом жизни в Китае и работы с китайцами: *«Работа с китайцами — это сплошной стресс, это всегда стресс, мне так кажется».*

Коммуникативные трудности

К категории коммуникативных трудностей отнесены две подкатегории — языковые трудности и отсутствие навыков коммуникации. Поскольку 95% респондентов не говорят по-китайски, а в качестве средства делового общения используют английский, то трудности на уровне использования иностранного языка не были выявлены. В данном контексте отдельной темой было выявлено взаимодействие с переводчиком, которое мы не анализировали в контексте исследовательского вопроса этой работы.

При этом стоит отметить, что на вербальном уровне для русских респондентов представляет сложность восприятие просодических особенностей речи. Им оказалось особенно трудно долго воспринимать более громкую, шумную китайскую речь.

Особенный интерес вызывает представление русских о тех коммуникативных навыках, которые необходимы для успешного взаимодействия с китайцами. Среди них было выделено умение настойчиво и аргументированно отстаивать свою точку зрения. Именно этот навык, по мнению большинства респондентов, необходим для защиты своих интересов и для того, чтобы заслужить уважение со стороны китайских партнёров.

Ответы на вопрос, связанный с собственными поведенческими особенностями респондентов, которые, по их мнению, могут препятствовать успешной коммуникации с китайцами, дают представление об особенностях коммуникативного поведения русских. Среди них были выделены три основные категории — излишняя эмоциональность, недостаток терпения, недостаточная гибкость. Например, так респондент описывает то, чего ему не достаёт в своём поведении с коллегами и подчинёнными: *«Меньше эмоций, меньше давления и больше их спрашивать, больше задавать вопросов: а что вы думаете, а можете ли вы мне подсказать, can you please be so kind to advise me, to suggest me, то есть какие-то такие вещи, увлечь их вопросами, меньше повелительных, в общем, быть как-то мягче».*

Отношение к работе

Данная категория включает в себя несколько аспектов: культурные различия в отношении ко времени и работа с информацией. Культурные различия в отношении ко времени проявляются на нескольких уровнях. Во-первых, с точки зрения русских респондентов, в китайской деловой среде более медленные темпы работы и принятия решений. Во-вторых, трудности при работе с китайскими коллегами возникают в связи с распределением времени в режиме многозадачности. Например: *«Вот, работа в команде всё-таки это не про китайцев, я предполагаю. Но китайцы тщательно работают над выполнением тех задач, которые им сказал начальник. То есть они отработывают свою какую-то программу минимум или максимум, вовлечь в другой процесс их крайне сложно».*

Особенности работы с информацией проявляются в том, что в восприятии русских, информация со стороны китайских коллег предоставляется в фрагментарном и неполном виде — *«Китайцы не всегда готовы делиться информацией полностью. Они могут дозировать информацию, можно даже сказать, что китайцы не доверяют».* Зачастую это способствует неопределённости в рабочем процессе.

Обсуждение

Анализ интервью позволяет выделить четыре основные группы трудностей, с которыми сталкиваются русские в деловом общении с китайскими партнёрами и коллегами: (1) трудности в процессе выстраивания взаимоотношений; (2) трудности, связанные с негативными эмоциями; (3) трудности, связанные с различием в коммуникативных стилях и отсутствием необходимых коммуникативных навыков; (4) трудности, связанные с культурными различиями в отношении к рабочему процессу. Наиболее объёмная и интересная с психологической точки зрения категория — выстраивание взаимоотношений — включает целый ряд подкатегорий, связи между которыми подлежат дальнейшему исследованию с помощью количественных методов.

На данный момент мы можем говорить о том, что глобальной проблемой деловых взаимоотношений является недостаток доверия между русскими и китайцами как в общении с коллегами и подчинёнными, так и деловыми партнёрами. Недостаток доверия М. Карлссон с коллегами объясняют неуверенностью в истинных намерениях своего визави. При этом, если на уровне государств причины лежат в геополитических интересах, то на уровне межличностной коммуникации в неуверенности в истинных намерениях и мотивах своего партнёра (Carlsson et al., 2015). Предположительно, именно выделенные в качестве подкатегории параметры, такие как культурная дистанция, негативные предубеждения, неопределённость в коммуникации, постоянные изменения, различия коммуникативных стилей могут быть причиной формирования недоверия.

Чувство неопределённости в отношениях вызвано двумя основными особенностями взаимодействия. Во-первых, это преобладание косвенного стиля коммуникации. Непрямая коммуникация проявляется в том, что китайцы редко говорят «нет» или не соглашаются напрямую. Используя этот стиль, они избегают неловких ситуаций, которые могут поставить под удар репутацию. Важным приоритетом в общении для китайцев является «сохранение лица», как своего, так и лица собеседника (Мясников, 2006). В процессе коммуникации русские сталкиваются с проблемой распознавания косвенного стиля. Даже те, кто имел предварительные знания об этой особенности, отмечали, что для них «было шоком», когда они понимали, что согласие с китайской стороны на самом деле означало отказ. Эти результаты соотносимы с теорией «поддержания лица» в переговорах, предложенной С. Тинг-Туми. В рамках данной теории были предложены три стратегии «поддержания лица» — забота о своём «лице», «лице» собеседника и стремление к гармонии. Выбор стратегии зависит не только от культурных особенностей, но и личностных характеристик и ситуационных факторов. Каждой из стратегий соответствуют разное коммуникативное поведение и разное поведение в конфликте. Кроме того, важным положением теории, которое подтверждается результатами нашего исследования, является то, что основной причиной межкультурного конфликта является отсутствие взаимопонимания или недостаток знаний о другой культуре (Ting-Toomey, 2015).

Интересно, что русские респонденты при этом пользуются такими терминами, как «лицо» и «долгосрочные отношения», присваивая их русской ментальности и противопоставляя китайской. То есть если для китайской стороны избегание прямого отказа — это инструмент сохранения лица, то в восприятии русских наоборот. Они видят ситуацию по-другому: китайские партнёры согласились на определённые условия, а впоследствии поменяли своё мнение по непонятным им причинам.

Особенный интерес представляет другой аспект данной категории — работа с информацией. В контексте делового общения возникает дефицит информированности, поскольку, по мнению русских респондентов, китайцы не всегда готовы делиться информацией. Ярким примером может служить то, что при работе в китайских компаниях русским сотрудникам было трудно объективно оценивать ситуацию в связи с отсутствием обратной связи. Различия в предоставлении информации и, в частности, обратной связи, между русскими и китайцами были выявлены в исследовании С. Михайловой. Она пишет о том, что сотрудники китайских компаний обмениваются информацией внутри группы таким образом, чтобы соблюсти интересы и сохранить лицо группы. В то же время сотрудники российских компаний делятся информацией, преследуя индивидуальные интересы, поддерживая свою позицию. При этом в обоих случаях главная цель — защита от представителей аут-группы и иногда даже агрессия по отношению к её представителям (Michailova, 2016).

На данном этапе исследования интересным представляется тот факт, что несмотря на советы респондентов изучать культуру и страну, с которой ты работаешь, они сами не следуют данной рекомендации. С одной стороны, китайский язык, история или литература воспринимаются очень сложными и не подвластными освоению, а с другой стороны, некоторые отмечают, что гораздо эффективнее учиться на примере своих более опытных коллег. Только один респондент, не имеющий специального образования, но при этом имеющий 13-летний стаж работы с китайскими партнёрами, указал на то, что проходил тренинг коммуникации с китайцами, и это помогло систематизировать накопленный опыт и по-другому оценивать поведение китайских партнёров.

Подводя итог, хочется отметить, что в восприятии русских в поведении китайцев присутствуют некоторые парадоксы, которые, предположительно, влияют на уровень неопределённости и тревожности, и, как следствие, порождают недоверие.

Первый парадокс — это ориентация китайцев на отношения, необходимость в неформальных встречах, долгое общение до принятия решений, приоритет очного общения, и в то же время они сохраняют дистанцию, чётко разделяют «своих» и «чужих», разграничивают деловое и дружеское общение.

Второй парадокс — это постоянные изменения, несоблюдение договоренностей, и отсутствие полной информации, наряду с желанием выстроить долгосрочные отношения, уважением к тому, кто умеет отстаивать свою точку зрения.

Третий парадокс — это желание выстраивать долгосрочные отношения и вместе с тем видимый прагматизм, поиск наиболее быстрых и выгодных путей, за счёт чего, по мнению респондентов, страдает и «лицо», и отношения.

Присутствие таких взаимоисключающих, по мнению респондентов, тенденций приводит к тому, что русским очень сложно правильно понять поведение и мотивации своих визави, от этого страдает доверие и коммуникация в целом.

Заключение

Психологические трудности русско-китайской межкультурной коммуникации вызваны не только объективными различиями русской и китайской культур. На первый план выходит недостаток знаний русских о Китае и особенностях коммуникативного стиля китайцев. Несмотря на продолжительное время работы с китайскими коллегами и партнёрами русские зачастую не владеют китайским языком и не имеют необходимых для успешной коммуникации знаний, вследствие чего опираются в основном на собственный опыт и сформированные в обществе стереотипы о китайцах. Во-вторых, трудности вызваны тем, что у русских

в недостаточной степени развиты навыки, необходимые для коммуникации с китайцами, например, навык распознавания и использования непрямого стиля общения. В-третьих, неверное восприятие коммуникативного поведения является важным фактором, порождающим высокий уровень тревожности и стресса в процессе общения с китайской стороной. Возможно, это также влияет на восприятие китайцами русских в процессе общения. Данная проблема нуждается в дальнейшем изучении. В итоге вышеперечисленные сложности оказывают сильное влияние на процесс выстраивания доверительных межличностных отношений между русскими и китайцами. Именно недостаток доверия является ключевой трудностью в общении с китайцами, по мнению их российских партнёров.

Статья подготовлена в результате проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)

Литература

- Беляев, В. П., Беляева, Е. А. (2018). Адаптация как условие современного социально-культурного диалога. *Миссия конфессий*, 7(7), 845–854.
- Бычихина, О. В. (2014). Анализ основных коммуникативных моделей российского и китайского бизнес-дискурсов. *Вестник Новосибирского государственного педагогического университета*, 5 (21), 158–166.
- Вислогузов, В. (2019). В плюсе только Китай. *Коммерсантъ*, 141, от 09.08.2019, 2.
- Григорян, Л. К., Лебедева, Н. М. (2013). Неформальные связи в организации: культурно-специфичный или универсальный феномен? *Организационная психология*, 1(3), 30–45.
- Лавров, С. В. (2019). О российско-китайских отношениях стратегического партнерства. *Министерство иностранных дел Российской Федерации*. URL: <https://www.mid.ru/strategicesкое-partnerstvo-s-kitaem> (дата обращения: 03.12.2019).
- Лебедева, Н. М. (2011). *Этническая и кросс-культурная психология*. Москва: МАКС Пресс.
- Махова, И. Ю., Фань, Ш. (2014). Гражданская идентичность студентов России и Китая в психологическом исследовании. *Ученые записки Комс.-на-Амуре гос. тех. ун-та.*, 3(19), 33–40.
- Мясников, В. С. (2006). *Квадратура китайского круга. Избранные статьи. В 2 т.* М.: Восточная литература.
- Новикова, И. А., Гридунова, М. В. (2011). Межкультурные различия представлений о невербальной коммуникации у российских и китайских студентов. *Вестник РУДН. Серия: Психология и педагогика*, 3, 40–45.
- Стефаненко, Т. Г. (2013). *Этнопсихология*. М.: Аспект Пресс.
- Хунюэ, Ш. (2017). *Коммуникативные неудачи в межкультурной коммуникации*: Дис. ... канд. психол. наук., Челябинск: Южно-Уральский гос. университет.
- Чжан, И. (2016). *Коммуникативное поведение китайцев в восприятии россиян*: Дис. ... канд. психол. наук., Екатеринбург: УрГПУ.
- Якупов, П. В., Чижикова, Н. С. (2017). Практические рекомендации по преодолению этнокультурных барьеров в коммуникации между представителями русского и китайского этноса. *Вестник университета*, 7–8, 199–204.
- Ardichvili, A. (2012). Ethical cultures in large business organizations in Brazil, Russia, India, and China. *Journal of Business Ethics*, 4(105), 415–428.
- Batjargal, B. (2007). Network triads: transitivity, referral and venture capital decisions in China and Russia. *Journal of International Business Studies*, 6(38), 998–1012.

- Block, D. (2013). The structure and agency dilemma in identity and intercultural communication research. *Language and Intercultural Communication*, 13(2), 126–147. doi:10.1080/14708477.2013.770863
- Bond, M. H. (Ed.). (2010). *The Oxford handbook of Chinese psychology*. Oxford Library of Psychology.
- Carlsson, M., Oxenstierna, S., Weissmann, M. (2015). *China and Russia-A Study on Cooperation, Competition and Distrust*. Totalförsvarets forskningsinstitut. — Stockholm: Försvarsanalys, 2015.
- Fang, T., Faure, G. O. (2011). Chinese communication characteristics: A Yin Yang perspective. *International Journal of Intercultural Relations*, 35(3), 320–333. doi:10.1016/j.ijintrel.2010.06.005
- Fedorova, K. (2012). Transborder trade on the Russian-Chinese border: Problems of interethnic communication. In *Subverting Borders* (107–128). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(2), 77–83. doi:10.1016/j.tics.2006.11.005
- Giacobbe-Miller, J. K., Miller, D. J., Zhang, W., Victorov, V. I. (2003). Country and organizational-level adaptation to foreign workplace ideologies: A comparative study of distributive justice values in China, Russia and the United States. *Journal of International Business Studies*, 34(4), 389–406.
- Grigoryev, D., Fiske, S. T., Batkhina, A. (2019). Mapping Ethnic Stereotypes and Their Antecedents in Russia: The Stereotype Content Model. *Frontiers in Psychology*, 10. doi:10.3389/fpsyg.2019.01643
- Harrison, N., Peacock, N. (2009). Cultural distance, mindfulness and passive xenophobia: using Integrated Threat Theory to explore home higher education students' perspectives on "internationalisation at home." *British Educational Research Journal*, 36(6), 877–902. doi:10.1080/01411920903191047
- He, B. (2018). *Nationalism, national identity and democratization in China*. Routledge.
- Henze, J., Zhu, J. (2012). Current Research on Chinese Students Studying Abroad. *Research in Comparative and International Education*, 7(1), 90–104. doi:10.2304/rcie.2012.7.1.90
- Holliday, A. (2012). Interrogating Researcher Participation in an Interview Study of Intercultural Contribution in the Workplace. *Qualitative Inquiry*, 18(6), 504–515. doi:10.1177/1077800412442811
- Huang D., Chikov M. V. (2019). Integration of Strategic and Cross-Cultural Communication from an Economic Perspective: A Case Study of Russia and China. In: Kaz M., Ilina T., Medvedev G. (Eds.) *Global Economics and Management: Transition to Economy 4.0*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham
- Leung, K., Morris, M. W. (2014). Values, schemas, and norms in the culture—behavior nexus: A situated dynamics framework. *Journal of International Business Studies*, 46(9), 1028–1050. doi:10.1057/jibs.2014.66
- Michailova, S., Hutchings, K. (2006). National Cultural Influences on Knowledge Sharing: A Comparison of China and Russia. *Journal of Management Studies*, 43(3), 383–405. doi:10.1111/j.1467-6486.2006.00595.x
- Nakayama, T. K., Halualani, R. T. (Eds.) (2010). *The Handbook of Critical Intercultural Communication*. doi:10.1002/9781444390681
- Spencer-Oatey, H., Dauber, D. (2016). The gains and pains of mixed national group work at university. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 38(3), 219–236. doi:10.1080/01434632.2015.1134549
- Spencer-Rodgers, J., McGovern, T. (2002). Attitudes toward the culturally different: the role of intercultural communication barriers, affective responses, consensual stereotypes, and perceived threat. *International Journal of Intercultural Relations*, 26(6), 609–631. doi:10.1016/s0147-1767(02)00038-x

- Spitzberg, B. H. (2013). (Re)Introducing communication competence to the health professions. *Journal of Public Health Research*, 2(3), 23. doi:10.4081/jphr.2013.e23
- Ting-Toomey, S. (2015). Facework/Facework negotiation theory. In J. Bennett (Ed.). *Sage Encyclopedia of Intercultural Competence*, 1, 325–330.
- Winkler, J. K., Dibbern, J., Heinzl, A. (2008). The impact of cultural differences in offshore outsourcing—Case study results from German—Indian application development projects. *Information Systems Frontiers*, 10(2), 243–258. doi:10.1007/s10796-008-9068-5
- Wishnick, E. (2017). In search of the 'Other' in Asia: Russia—China relations revisited. *The Pacific Review*, 30(1), 114–132.
- Yuan, W. (2011). Academic and cultural experiences of Chinese students at an American university: A qualitative study. *Intercultural Communication Studies*, 20(1).

Поступила 10.12.2019



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Psychological difficulties of Russian-Chinese intercultural communication: qualitative study of Russian entrepreneurs and employees

Ekaterina D. VASILYEVA

National research university "Higher School of Economics", Moscow, Russia

Abstract. International relations between China and Russia has long lasting history. At the same time interpersonal contacts between these two national groups face difficulties associated with language, cultural distance, prejudices, and other factors. This article presents the results of an empirical qualitative study on the problem of perceiving Russian difficulties in intercultural communication with the Chinese in the business community. *Method.* Interviews were conducted with 20 respondents ($M = 36$ years old, $SD = 6.5$), ethnic Russian entrepreneurs working with Chinese companies and employees of Chinese companies that are represented in Russia. *Findings.* Thematic analysis results allowed us to identify four main categories of difficulties: building relationships process (distance, uncertainty and lack of trust); emotional difficulties (irritation, stress, anxiety); verbal difficulties (lack of knowledge of the Chinese language, use of Chinese variants of English, communication skills); time perception and knowledge sharing). In addition, in Russian perspective there are some paradoxes in the way Chinese communicate. These paradoxes, presumably, affect the level of uncertainty and anxiety, and, as a result, lead to mistrust. The article discusses the results and suggests ways to overcome these psychological difficulties.

Keywords: intercultural communication, stereotypes, intergroup relations, intercultural perceptions, Russian, Chinese, entrepreneurship, China.

References

- Ardichvili, A. (2012). Ethical cultures in large business organizations in Brazil, Russia, India, and China. *Journal of Business Ethics*, 4(105), 415–428.
- Batjargal, B. (2007). Network triads: transitivity, referral and venture capital decisions in China and Russia. *Journal of International Business Studies*, 6(38), 998–1012.
- Belyaev, V. P., Belyaeva, E. A. (2018). Adaptation as a condition of modern social and cultural dialogue. *Mission confessions*, 7(7), 845–854 (In Rus.)
- Block, D. (2013). The structure and agency dilemma in identity and intercultural communication research. *Language and Intercultural Communication*, 13(2), 126–147. doi:10.1080/14708477.2013.770863
- Bond, M. H. (Ed.). (2010). *The Oxford handbook of Chinese psychology*. Oxford Library of Psychology.

- Bychikhina, O. V. (2014). Analysis of the main communicative models of Russian and Chinese business discourses. *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*, 4(5), 158–166. doi: <http://dx.doi.org/10.15293/2226-3365.1405.17> (In Russ.)
- Carlsson, M., Oxenstierna, S., Weissmann, M., (2015). *China and Russia-A Study on Cooperation, Competition and Distrust*. Totalförsvarets forskningsinstitut. — Stockholm: Försvarsanalys.
- Chzhan, I. (2016). *Kommunikativnoe povedenie kitaitsev v vospriyatii rossiyan*: Doctoral dissertation. (In Russ.).
- Fang, T., Faure, G. O. (2011). Chinese communication characteristics: A Yin Yang perspective. *International Journal of Intercultural Relations*, 35(3), 320–333. doi:10.1016/j.ijintrel.2010.06.005
- Fedorova, K. (2012). Transborder trade on the Russian-Chinese border: Problems of interethnic communication. In *Subverting Borders* (107–128). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(2), 77–83. doi:10.1016/j.tics.2006.11.005
- Giacobbe-Miller, J. K., Miller, D. J., Zhang, W., Victorov, V. I. (2003). Country and organizational-level adaptation to foreign workplace ideologies: A comparative study of distributive justice values in China, Russia and the United States. *Journal of International Business Studies*, 34(4), 389–406.
- Grigoryan, L. K., Lebedeva, N. M. (2013). Neformal'nye svyazi v organizatsii: kul'turno-spetsifichnyi ili universal'nyi fenomen? *Organizational Psychology*, 3(1), 30–45. (In Russ.).
- Grigoryev, D., Fiske, S. T., Batkhina, A. (2019). Mapping Ethnic Stereotypes and Their Antecedents in Russia: The Stereotype Content Model. *Frontiers in Psychology*, 10. doi:10.3389/fpsyg.2019.01643
- Harrison, N., Peacock, N. (2009). Cultural distance, mindfulness and passive xenophobia: using Integrated Threat Theory to explore home higher education students' perspectives on "internationalisation at home." *British Educational Research Journal*, 36(6), 877–902. doi:10.1080/01411920903191047
- He, B. (2018). *Nationalism, national identity and democratization in China*. Routledge.
- Henze, J., Zhu, J. (2012). Current Research on Chinese Students Studying Abroad. *Research in Comparative and International Education*, 7(1), 90–104. doi:10.2304/rcie.2012.7.1.90
- Holliday, A. (2012). Interrogating Researcher Participation in an Interview Study of Intercultural Contribution in the Workplace. *Qualitative Inquiry*, 18(6), 504–515. doi:10.1177/1077800412442811
- Huang, D., Chikov, M. V. (2019). Integration of Strategic and Cross-Cultural Communication from an Economic Perspective: A Case Study of Russia and China. In: Kaz, M., Ilina, T., Medvedev, G. (Eds.) *Global Economics and Management: Transition to Economy 4.0. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham.
- Hunue, Sh. (2017). *Kommunikativnye neudachi v mezhkul'turnoi kommunikatsii*: Doctoral dissertation, Yuzhno-Ural'skii gosudarstvennyi universitet. (In Russ.).
- Lavrov, S. V. (2019). O rossiisko-kitaiskikh otnosheniyakh strategicheskogo partnerstva // *Ministerstvo inostrannykh del Rossiiskoi Federatsii*. URL: <https://www.mid.ru/strategiceskoe-partnerstvo-s-kitaem>. (In Russ.).
- Lebedeva, N. M. (2011). *Etnicheskaya i kross-kul'turnaya psikhologiya*. (In Russ.).
- Leung, K., Morris, M. W. (2014). Values, schemas, and norms in the culture-behavior nexus: A situated dynamics framework. *Journal of International Business Studies*, 46(9), 1028–1050. doi:10.1057/jibs.2014.66
- Makhova, I. Y., Fan, Sh. (2014). The national identity of Russian and Chinese university students, measured by psychometric testing. *Ucheny'e zapiski Koms.-na-Amure gos. tex. un-ta.*, 3(19), 33–40.
- Michailova, S., Hutchings, K. (2006). National Cultural Influences on Knowledge Sharing: A Comparison of China and Russia. *Journal of Management Studies*, 43(3), 383–405. doi:10.1111/j.1467-6486.2006.00595.x

- Myasnikov, V. S. (2006). *Kvadratura kitaiskogo kruga. Selective issues. In 2 vol.* (In Russ.).
- Nakayama, T. K., Halualani, R. T. (Eds.). (2010). *The Handbook of Critical Intercultural Communication.* doi:10.1002/9781444390681
- Novikova, I. A., Gridunova, M. V. (2011). Cross cultural differences of stereotypes non verbal communication of russian and chinese students. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 3, 40–45.
- Spencer-Oatey, H., Dauber, D. (2016). The gains and pains of mixed national group work at university. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 38(3), 219–236. doi:10.1080/01434632.2015.1134549
- Spencer-Rodgers, J., McGovern, T. (2002). Attitudes toward the culturally different: the role of intercultural communication barriers, affective responses, consensual stereotypes, and perceived threat. *International Journal of Intercultural Relations*, 26(6), 609–631. doi:10.1016/s0147-1767(02)00038-x
- Spitzberg, B. H. (2013). (Re)Introducing communication competence to the health professions. *Journal of Public Health Research*, 2(3), 23. doi:10.4081/jphr.2013.e23
- Stefanenko, T. G. (2013). *Etnopsikologiya*. M.: Aspekt Press. (In Russ.).
- Visloguzov, V. (2019). V plyuse tol'ko Kitaj. *Kommersant*, 141, 09.08.2019, 2 (In Rus.)
- Winkler, J. K., Dibbern, J., Heinzl, A. (2008). The impact of cultural differences in offshore outsourcing—Case study results from German—Indian application development projects. *Information Systems Frontiers*, 10(2), 243–258. doi:10.1007/s10796-008-9068-5
- Wishnick, E. (2017). In search of the 'Other' in Asia: Russia—China relations revisited. *The Pacific Review*, 30(1), 114–132.
- Yakupov, P. V., Chizhikova, N. S. (2017). Prakticheskie rekomendatsii po preodoleniyu etnokul'turnykh bar'erov v kommunikatsii mezhdru predstavityami russkogo i kitaiskogo etnosa. *Vestnik universiteta*, 7–8, 199–204. (In Russ.).
- Yuan, W. (2011). Academic and cultural experiences of Chinese students at an American university: A qualitative study. *Intercultural Communication Studies*, 20(1).

Received 10.12.2019