

УДК 316.6

П.В. Якупов

Н.С. Чижикова

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРЕОДОЛЕНИЮ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ БАРЬЕРОВ В КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЭТНОСА

Аннотация. Представлены основные практические рекомендации, предназначенные для преодоления этнокультурных барьеров, возникающих между представителями русского и китайского этноса в процессе коммуникации. Рекомендации основаны на результатах проведенного диссертационного исследования, в рамках которого были выявлены основные этнокультурные барьеры в деловой коммуникации между представителями русского и китайского этноса, а также на высказываниях группы экспертов в вопросе межкультурной деловой коммуникации. В конце статьи приводится заключение об использовании предложенных рекомендаций.

Ключевые слова: коммуникация, бизнес, китайцы, русские, барьеры, культура, этнос.

Pavel Yakupov

Natalia Chizhikova

PRACTICAL RECOMMENDATIONS FOR OVERCOMING ETHNOCULTURAL BARRIERS IN COMMUNICATION BETWEEN REPRESENTATIVES OF RUSSIAN AND CHINESE ETHNOS

Annotation. The main practical recommendations intended to overcome the ethnocultural barriers that arise between representatives of the Russian and Chinese ethnos in the process of communication are presented. The recommendations are based on the results of the dissertation research, which identified the main ethno-cultural barriers in business communication between representatives of the Russian and Chinese ethnos, as well as the statements of the group of experts on the issue of intercultural business communication. At the end of the article, a conclusion is made about the use of the derived recommendations.

Keywords: communication, business, Chinese, Russian, barriers, culture, ethnos.

В настоящий момент наша страна испытывает сложный экономический период и нуждается в новых стратегических партнерах. Одной из таких стран-партнеров может стать Китайская Народная Республика (КНР), которая в настоящий момент имеет самую большую армию в мире, самые большие золотовалютные резервы и что самое важное – является одним из крупнейших экспортеров в мире. Однако процесс межкультурного диалога между представителями русского и китайского этноса часто оказывается неуспешным, несмотря на обоюдное понимание взаимовыгодности сотрудничества. Причины данного явления могут скрываться в различных проблемах, в том числе и в этнокультурных барьерах деловой коммуникации, преодолению которых посвящена данная статья.

В рамках выполнения задач диссертационного исследования нами было проведено исследование выраженности этнокультурных барьеров между представителями русского и китайского этноса. Нами была составлена авторская анкета, по результатам которой были выявлены основные этнокультурные барьеры в деловой коммуникации между представителями русского и китайского этноса. Для нас особый интерес представляли возникающие в процессе межкультурной деловой коммуникации дихотомии этнокультурных барьеров. Под дихотомиями этнокультурных барьеров мы понимаем противоположные, противопоставленные особенности в русской и китайской деловой культуре. По-

добного рода дихотомии значительно обостряют проблематику межкультурной деловой коммуникации между представителями русского и китайского этноса.

В результате проведенного исследования, были достоверно выявлены следующие дихотомии этнокультурных барьеров (представлены на рис. 1).



Рис. 1. Основные дихотомии этнокультурных барьеров между представителями русского и китайского этноса

Выбор данных этнокультурных барьеров обусловлен следующими причинами:

- 1) являются противоположностями друг для друга;
- 2) получили либо высокие (у представителей русского этноса), либо высокие и средние баллы (у представителей китайского этноса), как наиболее выраженные этнокультурные барьеры в деловой коммуникации.

Вне сомнения, данные барьеры (барьер открытости/закрытости, барьер организации временного пространства, барьер иерархии в организации) являются столь значимыми из-за их важности в процессе делового взаимодействия. То, как мы организуем время, насколько готовы быть открытыми/закрытыми в плане разглашения наших планов, как относимся к сотрудникам в зависимости от занимаемой ими должности – и оказывает значимое влияние на эффективность процесса делового взаимодействия.

После получения результатов статистического анализа мы провели серию глубинных интервью, в рамках которой мы предоставили результаты нашего эмпирического исследования группе экспертов в деловой коммуникации между представителями русского и китайского этноса.

Ниже приведены мнения экспертов по высказанным вопросам.

1. Что касается закрытости планов представителей китайского этноса в процессе деловой коммуникации, то последние, по словам экспертов, имеют больший опыт в процессе деловых переговоров, чем представители русского этноса. Если брать современные условия российской бизнес-среды, то по сравнению с российской китайская бизнес-среда предоставляет сравнительно упрощенные условия ведения бизнеса, и то, сможет ли представитель российской бизнес-среды

организовать свой бизнес, зависит отчасти от способностей к организации нового вида бизнеса, от способности найти качественно новую экономическую нишу. В то же время в российской бизнес-среде считается важнее не креативность бизнесмена как создателя, а его способность действовать в непростых российских условиях ведения бизнеса. Этим и объясняется некоторая закрытость представителей китайского этноса: для них важнее не раскрыть свои бизнес-планы по той причине, что данные знания могут быть критически важны для существования бизнеса и отсутствия конкурентов. Кроме того, не стоит забывать и экономические успехи КНР: они торгуют со всем миром, в то же время успехи РФ в этом плане пока не столь велики. Следовательно, по словам экспертов, представители китайского этноса несколько опытнее в международных переговорах, в выстраивании нового вида международного бизнеса, чем российские бизнесмены [2].

2. На решение деловых вопросов представителями китайского этноса действительно затрачивается сравнительно много времени. По словам экспертов, отчасти это связано с той особенностью, которая уже была упомянута: китайский этнос более опытен в решении деловых вопросов, следовательно, он старается проработать большее количество деталей. Так же это связано с тем, что изначальные особенности китайской педагогической мысли подразумевают жесткий контроль со стороны педагога и отсутствие инициативности со стороны ученика, что создает условия для достаточно медленного, досконального образа мысли, когда необходимо затронуть все детали, иногда даже те, которые не являются необходимыми для полноценного сотрудничества. Кроме того, это связано с тем, что переговоры не в деловой обстановке для представителей китайского этноса не являются значимыми, а рассматриваются лишь как необязательное дополнение к деловому взаимодействию [3].

3. Дихотомия открытости со стороны представителей русского этноса против закрытости у представителей китайского этноса носит характер основного барьера. Стратегий борьбы с этим несколько, но основной должна быть попытка найти золотую середину, попытка пойти на компромисс для обеих сторон коммуникации. Полноценный деловой контакт подразумевает, что стороны воспринимают друг друга как равных, следовательно, и навстречу друг другу должны пойти обе стороны, а не только одна.

Что касается двух других дихотомий в процессе деловой коммуникации – различия в понимании временного пространства и особенностей иерархии – то они обе связаны со спецификой китайской деловой культуры. Китайскому менталитету значительно ближе вертикальная иерархия в организации, чем горизонтальная. Особенности восприятия времени отчасти связаны с грамматическими особенностями китайского языка и стремлением представителей китайского этноса сделать все максимально точно, без ошибок. Китайская система образования не приветствует проявление своего собственного мнения и неточности в повторении, что частично и является причиной данных барьеров.

По результатам исследования нами были разработаны некоторые рекомендации по преодолению данных этнокультурных барьеров. Рассмотрим их более подробно.

Китай – достаточно большое государство. Китайцы, которые говорят примерно на одном и том же языке (однако все равно существует 12 достаточно различных диалектов китайского языка), могут происходить из совершенно разных областей страны, которые серьезно различаются как по культурному, так и по экономическому развитию. Выходцы из районов на севере страны с большей вероятностью уже имеют опыт делового взаимодействия с представителями русского этноса, однако экономика на севере КНР развита куда хуже, чем на юге страны. Особые экономические зоны Китая имеют совсем другое экономическое и культурное развитие. Гонконг, бывшая английская колония, имеет статус интеллектуального центра развития китайской экономики, а выходцы из него с большей вероятностью владеют английским языком и западной деловой культурой на хорошем уровне – например, судопроизводство в Гонконге до сих пор идет на английском языке. Так же в поел зрения

Китая включаются и независимый от Пекина Тайвань, и множество китайских эмигрантов, проживающих в соседних странах (в Таиланде, например, список самых богатых людей страны почти целиком состоит из этнических китайцев), а также в Европе, Америке, России и т.д. [3; 4].

Из данной информации можно сделать вывод: чтобы лучше понять своего делового партнера, необходимо постараться выяснить, где ему доводилось жить и работать. Это может дать массу ценной информации. Однако не стоит задавать данный вопрос напрямую.

Рассмотрим барьер: прямота высказываний представителей русского этноса/закрытость планов представителей китайского этноса. В нашем исследовании данный барьер, образованный дихотомией открытости планов/закрытости планов в деловой коммуникации, получил максимальную выраженность, причем как по результатам авторской анкеты, так и по результатам контент-анализа рекомендации респондентов.

Данный барьер был упомянут как со стороны представителей русского, так и китайского этноса (если представителям русского этноса хотелось бы большей прямоты и открытости в высказывании деловых предположений, то представителям китайского, наоборот, хотелось уменьшить уровень открытости и напора в высказываниях и требованиях). Что же можно предпринять для преодоления данного барьера? Нужно отметить, что если в русской бизнес-культуре деловые переговоры похожи на столкновение, в котором партнеры напрямую говорят, что им надо, и в рамках которого происходит активное нахождение того или иного вида компромисса, то в китайской бизнес-среде переговоры больше похожи на окопную войну, в рамках которой соперники пытаются незаметно перетянуть инициативу на свою сторону.

Представители китайского этноса чаще всего действуют довольно разумно в собственных интересах. Согласно китайской традиции, «гость начинает диалог первым», «гость первым садится за стол». Кроме того, некоторые источники утверждают, что китайцы на самом деле прекрасно осведомлены об особенностях западной культуры, но могут резко перестать ее понимать, когда им это выгодно [1].

Чаще всего на том этапе, когда гость ждет ответа от своих китайских партнеров, они его озвучивают, но достаточно скупой и ригидно. С большой вероятностью высказанное деловое предложение может быть достаточно односторонним и неподходящим. Следовательно, паттерн действительно эффективных деловых переговоров с представителями китайского этноса должен представлять из себя что-то такое, адаптированное под китайский манер переговоров. Если инициатива будет передана представителю русской бизнес-среды, нужно постараться не давать китайскому собеседнику слишком много информации, поскольку с большой вероятностью он может ею не воспользоваться. Кроме того, не стоит ожидать, что предложенный план, даже если он кажется очень выгодным для китайского партнера, будет мгновенно принят или вынесен на обсуждение. Вполне возможно, предложение будет принято достаточно сухо, однако позднее, после некоторых раздумий, деловые партнеры все-таки выйдут на связь. Кроме того, стоит уделить достаточно много времени как качеству презентационных материалов, так и правильности оформления возможных бумаг – в Китае традиционно письменное знание несет куда большее значение, чем, к примеру, какие-либо устные договоренности. Иными словами, необходимо по возможности не высказывать сразу все плюсы и минусы делового предложения.

Достаточно известным приемом в китайской деловой культуре является иносказательность и отсылки к цитатам китайских мыслителей, однако не стоит пытаться их использовать. Конечно, будет верным изучить «Суждения и беседы» Конфуция или «Троецарствие», однако нужно сказать, что русские версии любых китайских книг, особенно древних, переводятся неточно, и дело не в работе переводчиков, а в особенностях китайского языка, где каждый иероглиф заключает в себе целостный образ, целую историю, и перевести дословно на русский язык это практически невозможно. Поэтому

не стоит особенно пытаться использовать цитаты китайских мыслителей в межкультурной коммуникации без совершенного знания китайского языка и большого опыта в коммуникации [5].

Рассмотрим следующий барьер - языковой барьер. Этот барьер не является чем-то неожиданным для того, кто собирается вступить в коммуникацию с представителем другого этноса, однако нужно отметить, что русский и китайский языки очень сильно различаются. В нашем исследовании эксперты отметили наибольшие проблемы в языковом плане у представителей китайского этноса, как проблемы с артикуляцией длинных слов. Если углубиться в особенности китайского языка, становится понятно в чем причина – в китайском языке слова обычно короче, построены по другому принципу, не изменяются, кроме того, часть русских согласных там отсутствует.

Нами выделяются нижеперечисленные пути решения данной проблемы.

1. Необходимо найти наиболее удобный язык для коммуникации. Большинство китайских бизнесменов, которые готовы вести бизнес с другими странами, знают английский язык на разных уровнях. Чаще всего предложения на английском языке у представителей китайского языка достаточно короткие и простые. Следует отвечать такими же предложениями, кроме того, стараться не использовать редко употребляемые английские слова – это может только усложнить процесс коммуникации. Кроме того, стоит иметь в виду, что полного взаимопонимания на ломанном английском языке достичь достаточно сложно, поэтому рекомендуем задавать дополнительные, уточняющие вопросы.

2. Если есть сомнения в ваших языковых способностях или в языковых способностях китайского делового партнера, всегда можно воспользоваться услугами профессионального переводчика. Однако есть нюанс: переводчик, который является этническим русским, может не слишком хорошо разбираться в китайской деловой культуре, и кроме того, может не достаточно хорошо понимать определенный китайский диалект (но в любом случае, конечно, он будет владеть официальным пекинским диалектом, который сейчас учат во всех китайских школах). Достаточно эффективным вариантом может стать привлечение к переговорам этнического китайца (при условии, что он достаточно хорошо владеет русским языком и готов играть на вашей стороне в ходе переговоров), или, как достаточно часто делают в Юго-Восточной Азии, нахождение этнического китайца, как партнера в бизнесе, при условии, что он будет готов заниматься переговорами. Последний вариант как раз может помочь в преодолении культурного барьера.

Барьер иерархии между русским и китайским этносом – еще один существенный барьер. В Китае, несмотря на коммунистическое прошлое, принято достаточно четко обозначать свой социальный статус. Следует носить подходящий своему положению деловой костюм, а также различные атрибуты (к примеру, дорогие украшения), показывающие свое благосостояние. Кроме того, принято, чтобы и окружающие показывали свой статус в обществе (выражали уважение стоящему над ним человеку). Подобную строго вертикальную иерархию можно встретить практически везде в Юго-Восточной Азии. С другой стороны, в России в бизнесе далеко не всегда принято стараться обозначить свой статус внешними атрибутами. В советское время достаточно широко культивировалось презрение к тем, кто выделялся среди остальных. Поэтому и сейчас внешне начальник в фирме в России старается не выделяться среди своих подчиненных [2].

В российской системе бизнеса, которая начала формироваться только в 90-е гг. как система недостроенного, «сырого» капитализма, которой пришлось пережить сырьевую зависимость в 2000-е гг., не было причин развиваться в большие, компании с длинной вертикалью. Начальник в российских компаниях выступает в роли некоего «эксперта» и «старшего товарища по работе».

Таким образом, можно сделать вывод, что младший персонал в фирме Китая выступает в качестве менеджеров и будет испытывать серьезный дискомфорт, так как на китайском производстве не принято быть инициативным, предлагать какие-либо улучшения, обсуждать приказания начальника.

С другой стороны, китайские начальники принимают возражения со стороны представителей русского этноса не как рабочий момент, а как прямой акт агрессивного неподчинения, что может только испортить деловые отношения.

Русская горизонтальная модель взаимоотношения в деловой коммуникации не смогла бы работать в китайских реалиях. В условиях высочайшей конкуренции, существующей в настоящей момент в китайской экономике, а также с учетом повышенных требований в количестве нанимаемых работников со стороны китайских властей, использование русской модели деловой коммуникации с вышестоящим руководством могло бы привести только к краху того или иного предприятия.

Эксперты, которых мы опрашивали в процессе написания нашей диссертационной работы, советовали в подобной ситуации поступить следующим образом: если предприятие имеет русских работников, то требуется внедрять так же и русский менеджмент, и наоборот. Таким образом, использование всех вышеупомянутых практических рекомендаций по преодолению этнокультурных барьеров может помочь в выстраивании бизнес-процессов с китайскими партнерами.

Библиографический список

1. Ачлей, А. В. Китайская грамота. Что у китайцев не так, как у других, и как это знание применять с пользой для дела / А. В. Ачлей, А. Г. Девятов, Д. С. Регентов. – М. : Волант, 2011. – 288 с.
2. Бирюлин, С. В. Как все испортить и разорить бизнес / С. В. Бирюлин. – М. : МИФ, 2017. – 192 с.
3. Киреев, А. Н. Современный Китай в условиях трансформации / А. Н. Киреев, Ж. В. Петрунина, А. С. Друзяко. – СПб. : Ленанд, 2017. – 344 с.
4. Современный Китай. Социально-экономическое развитие, национальная политика, этнопсихология / Под общ. ред. Д. В. Буянова. – М., Красанд, 2015. – 278 с.
5. Спешнев, Н. А. Китайцы : особенности национальной психологии / Н. А. Спешнев. – СПб : КАРО, 2014. – 346 с.