

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «ВЫСШАЯ
ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»

На правах рукописи

Васильева Екатерина Дмитриевна

**Роль стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном
деловом взаимодействии**

Диссертация

на соискание ученой степени

кандидата психологических наук НИУ ВШЭ (PhD HSE)

Научный руководитель:

доктор психологических наук, профессор

Лебедева Надежда Михайловна

Москва 2022

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ СОХРАНЕНИЯ «ЛИЦА».....	17
1.1 Идентичность во взаимодействии	21
1.2 Теоретические подходы к исследованию стратегий сохранения «лица»...	31
1.3 Стратегии сохранения «лица» и коммуникативное поведение	42
1.4 Предикторы выбора стратегий сохранения «лица»	51
1.5 Контексты коммуникации	61
1.5.1 Деловой контекст коммуникации	61
1.5.2 Моно- и межкультурный контекст деловых переговоров	67
1.6 Выбор стратегии сохранения «лица» и эффективность коммуникации.....	70
1.7 Выводы к Главе 1	73
1.8 Авторский подход к проблеме исследования стратегий сохранения «лица» в деловом взаимодействии. Гипотезы и исследовательские вопросы.	75
ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛИ СТРАТЕГИЙ СОХРАНЕНИЯ «ЛИЦА».....	81
2.1 Исследование психологических барьеров межкультурной деловой коммуникации	81
<i>Контекст русско-китайской коммуникации</i>	<i>82</i>
<i>Выборка исследования психологических барьеров межкультурной деловой коммуникации</i>	<i>83</i>
<i>Процедура исследования психологических барьеров межкультурной деловой коммуникации</i>	<i>84</i>
<i>Результаты исследования психологических барьеров межкультурной деловой коммуникации</i>	<i>85</i>
2.2 Исследование роли стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии.....	92
<i>Дизайн и процедура исследования роли стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном деловом взаимодействии</i>	<i>93</i>
<i>Выборка исследования роли стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном деловом взаимодействии</i>	<i>94</i>

<i>Процедура исследования роли стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном деловом взаимодействии</i>	<i>95</i>
<i>Результаты исследования роли стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном деловом взаимодействии</i>	<i>98</i>
2.3 Общее обсуждение результатов исследования роли стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии	113
2.4 Выводы по Главе 2	125
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	128
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	131
Приложение 1	162
Приложение 2	167

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы исследования

В условиях глобализации и беспрецедентного технологического, социального и научного развития многие страны продолжают переход от индустриальной к информационной экономике. Помимо технических и предметных знаний, большинство создаваемых рабочих мест требует все более широкого набора навыков, отвечающих требованиям технологических достижений и глобализации рабочей силы (Hart Research Associates, 2016; Kirsch et al., 2007). Среди таких навыков в исследовательской и популярной литературе лидирующие позиции занимают навыки, составляющие коммуникативную компетентность (Rios, 2020). Развитие коммуникативной компетентности становится критически важным для достижения личных и организационных целей, в том числе связанных с установлением, развитием и поддержанием межличностных и межгрупповых отношений в разных контекстах (Light, Drager, 2007; Park et al., 2012).

В последние годы значительно увеличивается количество работ, посвященных изучению деловых отношений (Штроо, 2015). Тем не менее продолжает ощущаться дефицит представлений о специфическом вкладе различных факторов в становление и развитие таких отношений.

Развитие российского бизнеса и выход крупных отечественных компаний на международную арену формирует запрос на изучение деловой коммуникации как в монокультурном, так и в межкультурном контекстах. Создание благоприятных условий для эффективной коммуникации и межличностного взаимодействия требует изучения предикторов успешности деловых контактов, а также путей снижения конфликтного потенциала в обоих контекстах.

Развитию коммуникативной компетентности предшествует необходимость выявления факторов, влияющих на коммуникативное поведение, которое может способствовать или препятствовать эффективному деловому взаимодействию. Одним из таких факторов является формирование совместно принятой

идентичности в процессе общения, или, другими словами, выбор стратегии сохранения «лица». Важно отметить, что исследования стратегий сохранения «лица» в отечественной и зарубежной литературе в основном остаются в рамках лингвистики и лингвокультурологии. На сегодняшний день практически отсутствуют социально-психологические исследования, которые бы давали представление о том, как использование стратегий сохранения «лица» связано с эффективностью деловой коммуникации.

Изучение стратегий сохранения «лица» и их влияния на коммуникативное поведение, с одной стороны, расширяет представления о механизмах межличностного взаимодействия, помогает выявить факторы, влияющие на эффективность деловой коммуникации и, с другой стороны, дает новые возможности для разработки инструментов развития коммуникативной компетентности.

Проблема исследования заключается в необходимости получения систематизированных психологических знаний о роли стратегий сохранения «лица» в успешности деловой коммуникации.

Степень разработанности проблемы. В основу исследования легли теория социальной идентичности (Tajfel, Turner, 1979), теория управления идентичностью (Imahori, Cupach, 2005), теория поддержания «лица» (идентичности) (Ting-Toomey, 2005).

По Тэшфелу, социальная идентичность — это та часть «Я-концепции» индивида, которая возникает из осознания своего членства в социальной группе (или группах) вместе с ценностным и эмоциональным значением, придаваемым этому членству (Андреева, 2005). С одной стороны, индивид формирует довольно устойчивое когнитивное представление о себе, с другой стороны, эти представления о себе строятся и постоянно видоизменяются в процессе межличностного взаимодействия (Андреева, 2012). В связи с этим, авторы теорий, рассматривающих процесс презентации идентичности во взаимодействии,

выделяют «интерактивную идентичность» (англ. relational identity) (Imahori, Cupach, 2005). То есть в момент общения каждый из участников коммуникации демонстрирует некоторое представление о себе и приписывает определенную идентичность своему собеседнику (Collier, Thomas, 1988). Исследования показывают, что выраженность идентичности формирует ожидания и восприятие социального взаимодействия и мотивирует коммуникативное поведение (Hecht et al., 1993; Stets, Burke, 2000). Авторы теории управления идентичностью предполагают, что коммуникативная компетентность требует от индивида «способности успешно согласовывать взаимоприемлемые идентичности во взаимодействии» (Cupach, Imahori, 1993, стр. 118).

Универсальными проявлениями коммуникативной компетентности выступают уместность и эффективность коммуникативного поведения (Spitzberg, 2013). Однако, представители разных культурных групп могут иметь специфическое представление об уместности и эффективности (Kim, 2005; Matveev, Milter, 2004). В связи с этим, межкультурная коммуникативная компетентность является культурно-синергетическим феноменом, поскольку участники взаимодействия адаптируют свое представление о компетентном поведении в процессе общения (Spitzberg, 1989). Таким образом, в процессе межличностного взаимодействия участниками коммуникации вырабатывается представление о компетентности, которое отражает культурные ожидания каждого из них.

При этом представители разных культур являются носителями различных представлений о нормах, правилах и ритуалах, таким образом формируя различные ожидания относительно коммуникативного поведения своего партнера по коммуникации. Ситуация взаимодействия, в которой эти ожидания не оправдываются, может быть воспринята как угрожающая «лицу», и требующая активных действий. В этом смысле согласование взаимоприемлемых идентичностей во взаимодействии происходит с помощью стратегий управления «лицом» (Metts, 2003). В данной работе «лицо» рассматривается как идентичность, совместно формируемая участниками коммуникации в ситуации общения.

Согласно теории поддержания «лица» С. Тинг-Туми (Ting-Toomey, 2005), в ситуации, угрожающей «лицу», происходит активное управление «лицом» двух взаимозависимых участников. В зависимости от того, на кого направлено управление социальным имиджем, выделяют три стратегии сохранения «лица»: (1) стратегия сохранения собственного «лица» (self-face) представляет собой стремление подчеркнуть свою независимость и самостоятельность, фокус на презентации собственной идентичности, при этом человек не берет во внимание ожидания партнера по коммуникации; (2) стратегия сохранения «лица» другого (other-face), напротив, способствует присоединению и адаптации к собеседнику, презентация собственной идентичности в данном случае отходит на второй план; (3) стратегия сохранения совместного «лица» (mutual-face) — это создание совместно принятой идентичности, которая учитывает ожидания обоих участников взаимодействия. .

Я. Ким, как и С. Тинг-Туми, говорит о том, что на стремление участника коммуникации заботиться о собственном «лице» или «лице» партнера оказывают влияние факторы разных уровней: культурные, индивидуальные и ситуационные (Kim, 2005). Однако на данный момент существует ограниченное количество эмпирических исследований, демонстрирующих, каким образом культурный контекст и индивидуальные ценности могут влиять на выбор стратегии сохранения «лица», в частности, в процессе деловой коммуникации, а также, как выбор той или иной стратегии связан с эффективностью делового взаимодействия.

Цель и задачи исследования

Цель данного исследования заключается в выявлении роли стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии, а также выявлении индивидуально-личностных предикторов выбора этих стратегий.

К задачам данного исследования относятся следующие *теоретические, методологические и эмпирические задачи*:

- Проанализировать основные теоретические подходы к изучению концепции «лица», а также результаты эмпирических исследований, посвященных

взаимосвязи стратегий сохранения «лица» и паттернов поведения в деловой коммуникации.

- Подготовить надежный инструментарий для исследования стратегий сохранения «лица», паттернов коммуникативного поведения и оценки эффективности делового взаимодействия.

- Проанализировать собранные данные на предмет выявления индивидуально-личностных предикторов стратегий сохранения «лица»: индивидуальные ценности.

- На основе полученных результатов выявить сходства и различия в выборе стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии.

- Выявить взаимосвязи между стратегиями сохранения «лица», паттернами коммуникативного поведения и эффективностью делового взаимодействия в разных контекстах.

- Проверить медиативную роль стратегий сохранения «лица» во взаимосвязи ценностей и паттернов коммуникативного поведения в монокультурном и межкультурном контекстах делового взаимодействия.

Объект исследования: деловое взаимодействие

Предмет исследования: роль стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии.

На основе разработанного автором контекстно-ориентированного подхода к исследованию стратегий сохранения «лица» в деловом взаимодействии были предложены следующие гипотезы и исследовательские вопросы:

Гипотезы и исследовательские вопросы исследования:

Гипотеза 1: Индивидуальные ценности взаимосвязаны со стратегиями сохранения «лица» и паттернами коммуникативного поведения.

Гипотеза 1а: Ценности Самоутверждения положительно связаны с сохранением собственного «лица» и доминированием в коммуникации.

Гипотеза 1б: Ценности Открытости изменениям и Самопреодоления положительно связаны с сохранением совместного «лица» и кооперацией в коммуникации.

Гипотеза 1в: Ценности Сохранения положительно связаны с сохранением «лица» другого и избеганием в коммуникации.

Гипотеза 2: Стратегии сохранения «лица» связаны с паттернами коммуникативного поведения и эффективностью коммуникации.

Гипотеза 2а: Сохранение совместного «лица» (MF) и «лица» другого (OF) положительно связано с сотрудничеством и удовлетворенностью коммуникацией.

Гипотеза 2б: В межкультурном контексте сохранение «лица» другого (OF) и совместного «лица» (MF) ведут к желанию продолжить общение.

RQ1: Различаются ли стратегии сохранения «лица» в моно- и межкультурном контекстах взаимодействия?

RQ2: Медируют ли стратегии сохранения «лица» взаимосвязь индивидуальных ценностей и паттернов коммуникативного поведения?

Для качественного этапа исследования был сформулирован исследовательский вопрос:

RQ3: Какие психологические трудности испытывают российские менеджеры в межкультурном деловом взаимодействии?

Теоретико-методологическую базу исследования составили работы, посвященные:

- коммуникативной и межкультурной компетентности (Т. Г. Стефаненко, А. П. Садохин, О. А. Леонтович, В. П. Зинченко, Д. Мацумото, М. Баррет, Дж. Берри, Б. Шпитцберг, Дж. Чанон и др.);
- исследованиям идентичности (Дж. Мида, Ч. Кули, Р. Фогельсона, И. Гофмана, Ш. Страйкера, П. Берк, Я. Стетс, Г. Саймона, М. Хекта, М. Дж. Колиер, Дж. Оэтцель, С. Тинг-Туми, Р. Джексона)
- теории идентичности: теория социальной идентичности А. Тешфела и Дж. Тернера, теория управления идентичностью Т. Имахори и У.

Купача, теория согласования идентичности и теория поддержания «лица» (идентичности) С. Тинг-Туми;

- теория индивидуальных ценностей Ш. Шварца;
- деловым переговорам (Дж. Рубин, М. Гелфанд, Д. Шапиро и др);
- теоретико-эмпирический опыт российских и зарубежных авторов при исследовании стратегий сохранения «лица» (И. Гофман, П. Браун, С. Левинсон, К. Доменичи, Т. Хольтгрейвс, Р. Сколлон, М. Сифиано, С. Тинг-Туми, Дж. Оэтцель, Х. Спенсер-Оути, Т. Лим, Дж. Бауерс, Л. Мао, Дж. О’Дрискол, Р. Арундейл, Р. Меркин, Н. М. Лебедева, Е. П. Белинская, Н. В. Писаренко, Е. Ю. Кошелева и др.).

Методы и методика исследования

Для выполнения поставленных задач применялось сочетание качественных и количественных методов социально-психологического исследования (смешанная методология, *mixed methodology*). Был использован следующий методологический инструментарий:

- Метод полуструктурированного интервью применялся для проведения качественного этапа исследования.

- Методики для количественного измерения изучаемых социально-психологических конструктов:

- 1) Опросник стратегий сохранения «лица» и паттернов коммуникативного поведения (Ting-Toomey, Oetzel, 2001) перевод и адаптация Е. Д. Васильевой;

- 2) Обновленный ценностный опросник Ш. Шварца PVQ (Шварц и др, 2012) для измерения индивидуальных ценностей, разработанный в ЦСКИ НИУ ВШЭ;

Методики, которые первоначально не были представлены на русском языке, были переведены и адаптированы к российской выборке. Процедура адаптации осуществлялась с использованием техник прямого и обратного перевода двумя

независимыми переводчиками и когнитивного интервью методом “think-aloud” (рассуждения вслух) (Willis, 2004).

Методы статистической обработки данных. При математико-статистической обработке данных использовались: коэффициент α -Кронбаха для проверки надежности шкал, критерий Колмогорова-Смирнова для оценки характера распределения, t-критерий Стьюдента для сравнения средних, конфирматорный факторный анализ для определения соответствия количества факторов и нагрузки измеряемых переменных теоретическим моделям, ANOVA для межгруппового сравнения средних, анализ инвариантности для проверки точности методик в разных культурных контекстах с помощью мультигруппового анализа, путевой анализ для выявления связей между исследуемыми переменными. В качестве программного обеспечения использовались статистические пакеты SPSS 27.0 и статистическая среда R.

Эмпирическая база исследования. Эмпирическую базу составили результаты качественного и количественного этапов исследования.

В качественном исследовании приняли участие 20 русских сотрудников российских компаний, которые взаимодействуют с китайскими партнерами. Полуструктурированные интервью были нацелены на выявление психологических трудностей межкультурного общения между русскими и китайцами.

На этапе количественного исследования эмпирическую базу составили результаты проведенного анонимного онлайн-опроса в России. В общую выборку исследования вошли 363 человека – русские сотрудники международных и российских компаний: 185 женщин и 178 мужчин, возраст $M=33$, $SD=7,2$.

На основе данной выборки были сформированы две подвыборки:

(1) менеджеры, которые взаимодействуют в монокультурном контексте, - 137 человек, 56 мужчин и 81 женщина, возраст $M=33$, $SD=7,5$;

(2) менеджеры, которые взаимодействуют в межкультурном контексте, - 226 человек, 129 мужчин и 97 женщин, возраст $M=33$, $SD=7,3$. Все респонденты имели большой опыт взаимодействия с иностранными коллегами и партнерами.

Привлечение респондентов осуществлялось через обращение в компании. В общей сложности в исследовании приняли участие сотрудники 17 международных и российских компаний (Яндекс, Kaspersky, Nexign и др).

Онлайн опросник был размещен на платформе 1ka.ru, денежное вознаграждение за заполнение опросника не предусматривалось.

Научная новизна

- Это одна из первых научных работ в России, нацеленная на систематическое исследование предикторов и роли стратегий сохранения «лица» в деловой коммуникации.
- Впервые сформулирован контекстно-ориентированный подход к исследованию стратегий сохранения «лица» в деловом взаимодействии, показано влияние культурного контекста на выбор стратегии сохранения «лица» в деловой коммуникации.
- Впервые адаптирован к российской выборке и введен в научный оборот опросник стратегий сохранения «лица» и паттернов коммуникативного поведения С. Тинг-Туми и Дж. Оэтцель (2001).
- Впервые для изучения стратегий сохранения «лица» были использованы теории идентичности (С. Тинг-Туми, Т. Имахори, У. Купач) и теория индивидуальных ценностей (Ш. Шварц).
- Впервые показано, что выбор стратегии сохранения «лица» связан с эффективностью делового взаимодействия.

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении теоретических представлений о выборе стратегий сохранения «лица» в деловой коммуникации. Был сформулирован контекстно-ориентированный подход к исследованию стратегий сохранения «лица». Было показано, что российские менеджеры предпочитают разные стратегии сохранения «лица» в зависимости от культурного контекста взаимодействия. Индивидуальные ценности были рассмотрены в качестве предикторов выбора стратегии сохранения «лица». Кроме того, были расширены представления о влиянии выбора стратегий сохранения

«лица» на коммуникативное поведение и эффективность деловой коммуникации. Было показано, что взаимосвязи стратегий сохранения «лица», паттернов коммуникативного поведения и эффективности коммуникации различаются в монокультурном и межкультурном контексте взаимодействия.

Практическая значимость состоит в возможности использования результатов исследования:

- в проведении тренингов и мероприятий, направленных на развитие межкультурной коммуникативной компетентности;
- в разработке программ и рекомендаций, связанных с переговорами в разных деловых контекстах;
- для профилактики конфликтных ситуаций в сфере переговоров и делового общения.

Положения, выносимые на защиту:

1. Предпочтения стратегий сохранения «лица» зависят от контекста делового взаимодействия: в монокультурном контексте более выражены стратегии сохранения собственного и совместного «лица»; в межкультурном контексте наиболее предпочитаемой стратегией является сохранение совместного «лица», возникшего в процессе взаимодействия.
2. Индивидуальные ценности являются предиктором выбора стратегии сохранения «лица» в деловом взаимодействии: ценности Открытости изменениям положительно связаны с выбором стратегий сохранения совместного «лица»; ценности Самопреодоления положительно, а ценности Самоутверждения отрицательно связаны со стратегией сохранения «лица» другого; ценности Самоутверждения и Сохранения положительно связаны с выбором стратегии сохранения собственного «лица».
3. Стратегии сохранения «лица» по-разному медируют взаимосвязи индивидуальных ценностей и коммуникативного поведения в монокультурном и межкультурном контекстах делового взаимодействия. В монокультурном контексте стратегия сохранения «лица» другого усиливает

положительную взаимосвязь между ценностями Самопреодоления и кооперации, в межкультурном контексте эта стратегия усиливает взаимосвязь ценностей Сохранения с избеганием. В монокультурном контексте стратегия сохранения собственного «лица» усиливает положительную взаимосвязь ценностей Сохранения с доминированием, а в межкультурном контексте стратегия сохранения совместного «лица» усиливает положительную взаимосвязь между ценностями Открытости изменениям с кооперацией.

4. Стратегии сохранения «лица» и паттерны коммуникативного поведения связаны с эффективностью деловой коммуникации, данная связь обусловлена контекстом делового взаимодействия. В монокультурном контексте стратегии сохранения совместного «лица» и «лица» другого напрямую связаны с желанием продолжить общение. Сохранение совместного «лица» положительно связано с удовлетворенностью коммуникацией в обоих контекстах. Сохранение собственного «лица» отрицательно связано с удовлетворенностью коммуникацией в обоих контекстах.

Апробация результатов исследования

Содержание работы обсуждалось на:

- научных семинарах Центра социокультурных исследований НИУ ВШЭ «Культура имеет значение»,
- на научном семинаре для аспирантов в рамках «The 11th IAIR Biennial Conference and the 15th CAFIC Annual Conference «Advancing Intercultural Research and Dialogue: Crossing Boundaries and Building Bridges» в Шанхае (2019),
- на X и XI Международных летних школах «Design of Cross-Cultural Study» НИУ ВШЭ (2020, 2021).

Результаты исследования были представлены на пяти международных конференциях:

- VIII Международной научной конференции «Culture in Society, Between Groups and Across Generations» (Москва, 2 ноября 2021 г.). Доклад: «Индивидуальные ценности как предикторы выбора стратегии сохранения «лица» в моно- и межкультурном деловом общении» на русском языке;

- VII International Research Conference "Culture in Society, Between Groups and Across Generations" (Москва, 23 апреля 2020 г.). Доклад: «Psychological difficulties of Russian-Chinese intercultural communication: qualitative study of Russian business environment» на английском языке;

- XXVII Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов» (Москва, 13 апреля 2020 г.). Доклад: «Психологические трудности в процессе российско-китайской межкультурной коммуникации: опыт качественного исследования российской деловой среды» на русском языке;

- International Research Conference "Acculturation and Intercultural Relations: Post-Soviet Experience" (Москва, 2 ноября 2020 г.). Доклад: "Facework Strategies of Russian Managers in Intra- and Intercultural Communication" на английском языке;

- XXVI Международная конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов» (Москва, 8 апреля 2019 г.). Доклад: «Межкультурная коммуникативная компетентность как предмет кросс-культурного исследования» на русском языке;

- VI Международная научная конференция "Culture in society, between groups and across generations" (Москва, 6 апреля 2019 г.). Доклад: «Communication barriers perception in multicultural setting of Singapore» на английском языке.

Структура диссертации

Диссертация состоит из двух глав, содержит введение и заключение, список использованной литературы (310 источников, из них 43 на русском языке, 267 на английском языке) и 2 приложения. В работу включены 11 рисунков и 8 таблиц. Общий объем текста диссертации составляет 171 страницу. Публикации: материалы диссертации представлены в 3 публикациях. Из них 2 публикации на

русском языке в журналах, рекомендованных НИУ ВШЭ, и 1 публикация на английском языке в журнале, рекомендованном НИУ ВШЭ.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ СОХРАНЕНИЯ «ЛИЦА»

Проблема деловой коммуникации, в том числе в международном контексте, изучается специалистами разных направлений уже десятки лет, но до сих пор не теряет своей актуальности. Постоянно появляются новые исследования, которые призваны помочь людям лучше понимать и эффективно взаимодействовать друг с другом. Тем более, это стало важно сегодня, когда технологическое и экономическое развитие формирует новые требования к профессиональным навыкам специалистов разных областей. В условиях информационной экономики коммуникативная компетентность становится критичной для реализации организационных целей, развития и поддержания деловых отношений.

Исследование делового взаимодействия не представляется возможным без учета культурного контекста. Процессы глобализации стимулируют стремительное развитие международного бизнеса и все больше российских компаний так или иначе взаимодействуют с иностранными партнёрами и коллегами. Эффективная деловая коммуникация способствует не только развитию бизнеса, но и персональному благополучию сотрудников. Например, исследования показывают вклад эффективной коммуникации в успешность выхода компании на международные рынки (Slangen, 2011), прибыльность международных предприятий (Liu, Adair, Bello, 2017), информационный обмен внутри компании (Tippmann, Scott, Mangematin, 2014). Эффективная коммуникация помогает адаптации экспатриатов (Farh, Lee, Farh, 2010), эффективности международных переговоров (Liu, Adair, 2017), и способствует психологическому благополучию и удовлетворенности работой сотрудников (Wang et al., 2020). В результате, в центре внимания исследователей оказываются люди и команды, которые работают в межкультурном и монокультурном контекстах (Oetzel, 2005). Ключевой вопрос исследований делового взаимодействия – что препятствует или способствует коммуникативной эффективности в межкультурном и монокультурном контексте?

Поскольку решением этого вопроса занимаются представители разных дисциплин и направлений, в первую очередь необходимо сделать несколько замечаний относительно основных концепций, лежащих в основе данной проблематики.

Следует обратить внимание на то, что в последнее время по мере накопления эмпирических данных появился критический подход к межкультурной коммуникации (*critical intercultural communication*). Его представители писали о теоретической турбулентности и сформировали несколько отправных положений, которые необходимо учитывать в процессе изучения этой темы (Routiainen, 2014).

Во-первых, критический подход к межкультурной коммуникации подразумевает отказ от представления о человеке, как носителе исключительно национальной культуры или единственной идентичности в процессе межкультурного общения (Dervin, 2010, стр. 162). В то время как на практике человек является носителем множественной идентичности (Гаухман, 2018; Pratt, 2016), а культура является динамичной, подвижной, контекстуальной (Jenks, Bhatia, Lou, 2013).

Во-вторых, наиболее актуальным представляется использование моделей коммуникации, которые фокусируются не только на личности, но и на плане взаимодействия, и учитывают холистическую природу коммуникации. Например, Ким (2015) пишет о необходимости учитывать то, как люди в разных частях мира воспринимают поведение и, в том числе, коммуникативную компетентность. Он противопоставляет понимание компетентности как эффективности, то есть умения достигать личной цели в процессе общения, свойственному азиатским культурам восприятию компетентности, как умения выстраивать отношения и сохранять «лицо» (Kim, 2015; Miike, 2007; Xiao, Chen, 2009; Yum, 2012).

В-третьих, любой эпизод взаимодействия представителей разных культур находится под влиянием более широкого социального, исторического и политического контекста, который определяет положение участников

коммуникации относительно друг друга. (Block, 2013; Halualani, Nakayama, 2010; Holliday, 2020). Например, представители исторически маргинализированных групп (этнических меньшинств) независимо от навыков и умения выстраивать коммуникацию, с трудом будут восприниматься компетентными (Willis, 2011).

В своей теоретической модели коммуникативной компетентности Б. Шпицберг определяет ее как «степень, в которой осмысленное поведение воспринимается как уместное и эффективное в данном контексте» (2013, стр. 130). Такой фокус на восприятии в процессе коммуникации обусловлен несколькими аксиомами коммуникации, описанными автором. Во-первых, коммуникативные навыки субъективно оцениваются разными людьми и в разных контекстах. Во-вторых, компетентность заключается не в способности вести себя так или иначе как таковой, а в социальной оценке такого поведения конкретным воспринимающим в данном контексте. В-третьих, успешная коммуникация зависит от субъективной оценки собеседников и их общения, другими словами, впечатление о компетентности обуславливает и влияет на результаты коммуникации. Вследствие определения коммуникативной компетентности, как конструируемой в процессе взаимодействия, сложилось представление о том, что в процессе межкультурной коммуникации происходит синергия между культурно-обусловленными представлениями о компетенции партнеров по коммуникации.

При исследовании проблемы коммуникации в межкультурном контексте наиболее актуально рассматривать культуру как конструируемую в процессе взаимодействия (Nakayama, Martin, 2017). Вследствие того, что социум влияет, но не определяет поведение человека, последнего скорее стоит рассматривать не как субъекта культуры, а как деятеля, который в первую очередь интерпретирует свои собственные практики (Routiainen, 2014). Получается, что фокус внимания переключается с «измерения» культур, выявления сходств и различий к анализу межличностного взаимодействия и восприятия. Так, например, Шпицберг пишет о том, что «межкультурная коммуникативная 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, 2010, стр. 424).

Таким образом, культура рассматривается, с одной стороны, как социально конструируемая, нежели определяемая априори, а с другой стороны, подчеркиваются ее стабильные и нормативные характеристики, отвечающие представлениям о социуме как сплоченном, упорядоченном и интегрированном. Отношения между культурой и коммуникацией не причинно-следственные, а взаимозависимые, где культура может влиять на коммуникацию, но в то же время реализуется и конструируется в процессе коммуникации (Headland, Pike, Harris, 1990). Так, в рамках теории культурной идентичности культура понимается как набор разделяемых обществом значений, символов и норм. Степень, в которой тот или иной человек является представителем той или иной культуры соответствует степени его понимания ее символов и норм (Ting-Toomey, 2005). То есть межкультурное взаимодействие определяется стратегиями идентификации, которые принимают индивиды (Шарков, Якушина, 2020).

На базе этих рассуждений были разработаны несколько теорий, объясняющих процесс межкультурного взаимодействия, в центре которых находится идентичность, - теория управления идентичностью (Identity management theory) (Cupach, Imahori, 1993), теория согласования идентичности (Identity negotiation theory) (Chung, Ting-Toomey, 1999) и теория культурной идентичности (Cultural identity theory) (Collier, 2009). В основе этих теорий лежит определение межкультурной коммуникативной компетентности как «способности успешно согласовывать взаимоприемлемые идентичности во взаимодействии» (Cupach, Imahori, 1993, стр. 118).

Далее мы рассмотрим более подробно теоретические подходы к изучению идентичности во взаимодействии, в том числе в межкультурном контексте.

1.1 Идентичность во взаимодействии

Категория идентичности одна из наиболее широких понятий в социальных науках. Она является предметом исследований психологии, философии, антропологии и социологии. Проблема идентичности активно изучается в современной отечественной и зарубежной психологии в таких областях, как социальная психология (Андреева и др., 2002; Иванова, 2006; Лебедева, 1999; Стефаненко, 2001), психология развития (Doosje et al., 2002; Kroger, 2006) и практика консультирования (Кутузова, 2005; Барский, Кутузова, 2004; Преображенская, 2007). Однако понятийные аппараты каждой из указанных областей значительно расходятся за счет того, что базовое понимание идентичности восходит к разным классическим теориям. Взгляды на природу, становление и характеристики идентичности были сформированы в рамках нескольких подходов.

Психоаналитический подход восходит к работам Э. Эриксона и его последователей, в фокусе внимания которых аспекты личностной идентичности и индивидуальные процессы развития идентичности. В рамках психоаналитического подхода Э. Эриксон рассматривал идентичность в целом как процесс организации жизненного опыта в индивидуальное Я (Эриксон, 1996), что, естественно, предполагало его динамику на протяжении всей жизни человека. Основной функцией данной личностной структуры является адаптация в самом широком смысле этого слова. Эриксон, определяя личностную идентичность писал, что «это субъективное чувство, а также объективно наблюдаемое качество личной самотождественности и непрерывности, постоянства, соединенное с определенной верой в тождественность и непрерывность, постоянства некоторой разделяемой с другими людьми картины мира» (Эриксон, 1996, стр. 18–19). Отличием данного подхода является то, что личностная идентичность воспринимается как продукт, «ментальное достижение» (Андреева, 2012).

В противопоставление этому в социально психологических и социологических исследованиях чаще используется понимание идентичности как

сформированной социальными процессами и включающей два типа - личностную и социальную идентичность. Несмотря на то, что большинство исследований посвящены именно исследованию социальной идентичности, авторы подчеркивают взаимосвязь этих двух уровней идентичности (Simon, Von Flotow, 1997).

Классическая теория социальной идентичности была разработана в рамках когнитивистского подхода А.Тэшфелом. В последствии Дж.Тернер развил его идеи в теории самокатегоризации (Self-categorization Theory) (Tajfel, Turner, 1986). По Тэшфелу, социальная идентичность — это часть «Я-концепции» индивида, которая возникает из осознания своего членства в социальной группе (или группах) вместе с ценностным и эмоциональным значением, придаваемым этому членству (Андреева, 2005). Познание человеком социального мира происходит через поиск и определение своего места в нем.

Основные положения данных теорий можно резюмировать следующим образом. Человек всегда стремится к сохранению позитивной идентичности. Таким образом он воспринимает мир как более безопасный, справедливый и стабильный. Формирование позитивной идентичности предполагает сравнение своей группы с другими. Для успешного сравнения нужны надежные отличительные черты «своей» группы и «чужих» групп. Нахождение таких отличий имеет возможным следствием дифференциацию от других групп и обогащение представлений об устройстве мира. На характер дифференциации влияет степень идентификации себя со своей группой. При негативной оценке своей группы возникает намерение индивида покинуть ее и примкнуть к другой группе.

В совокупности все эти следствия означают, что для человека всегда характерно стремление сохранить позитивную социальную идентичность, и тем самым обеспечить соответствие, гармонию образа социального Я. В этом случае и мир будет восприниматься как сбалансированный, находящийся в «соответствии».

Таким образом, социальная идентичность рассматривается в качестве когнитивной системы, регулирующей общественное поведение индивида (Ядов, 2003). Важно подчеркнуть, что в концепции А. Тешфела проблема социальной

идентичности становится, по существу, проблемой межгрупповых отношений. Идентичность рассматривается как инструмент социальной ориентации личности, и построение личностью не просто своего собственного образа, но и образа группы, к которой она принадлежит или не принадлежит.

В дальнейшем Дж. Тернер в своей теории самокатегоризации отметил наличие взаимозависимости между двумя подсистемами Я-концепции, а именно: актуализация личностного уровня идентичности подавляет социальный полюс самокатегоризации, снижая количество ролевых, стереотипных самопроявлений, и, наоборот, актуализация групповой идентичности тормозит установки и поведение, порождаемые личностным уровнем самокатегоризации, и ведет к деперсонализации. Иными словами, Дж. Тернер утверждает, что любая самокатегоризация деперсонализирует восприятие и заменяет индивидуально-личностные основания межличностного восприятия на прототипические. Заметим, что термин «деперсонализация» не несет здесь никакой негативной нагрузки — он только отражает процессы, посредством которых мышление, восприятие и поведение индивида регулируются групповыми стандартами (групповыми нормами, стереотипами, прототипами) в большей степени, чем индивидуальными, личными стандартами (Hogg, 1992; Turner, Reynolds, 1994). Также Дж. Тернер подчеркивал важность взаимного управления впечатлением партнеров взаимодействия. Автор отмечал, что в процессе презентации идентичности социальная и личностная идентичность могут быть представлены по-разному, что определяется и типом, и особенно сферой, областью взаимодействия (Тернер, 2003, с. 216).

Итак, согласно данным концепциям, процесс становления социальной идентичности содержит в себе три последовательных когнитивных процесса. Во-первых, индивид самоопределяется как член некоторой социальной группы. Во-вторых, человек не только включает в образ Я общие характеристики собственных групп членства, но и усваивает нормы и стереотипы поведения, им свойственные. Наконец, в-третьих, процесс становления социальной идентичности завершается тем, что человек приписывает себе усвоенные нормы и стереотипы своих

социальных групп: они становятся внутренними регуляторами его социального поведения.

Область изучения идентичности в контексте взаимодействия остается относительно мало изученной, особенно в отечественной социальной психологии (Андреева, 2012), даже несмотря на то, что фундамент для разработки данной проблематики был заложен в ранних психологических работах, хотя и при помощи другого понятийного аппарата. Так, например, в работах Л. С. Выготского была представлена идея о личности, формирующей представление о себе «через то, что она представляет собой для других» (Выготский, 1960, стр. 196). В дальнейшем эта тема развивается в теориях социальной психологии, более подробно раскрывающих саму проблему взаимодействия.

Основания для исследования идентичности во взаимодействии были заложены в концепции символического интеракционизма, анализирующего символические аспекты социальных взаимодействий, и представленного работами Дж. Мида, Ч. Кули, Р. Фогельсона, И. Гофмана и другими авторами.

Ч. Кули в теории «зеркального Я» вводит понятие Я-концепции как представление человека о самом себе, которое является субъективным отражением мнения окружающих. По мнению автора, идентичность складывается из обобщения реакций человека на мнение о нем окружающих в результате взаимодействия с другими и усвоения общественных норм, ценностей и способов деятельности. Он первым подчеркивает значение субъективно интерпретируемой обратной связи, как главного источника данных о собственном Я (Иванова, 2012).

И. Гофман, автор теории социальной драматургии, абстрагируется от индивидуальных характеристик, социально-исторических условий и рассматривает индивида как носителя различных ролей, заданных извне. Он исходит из предположения о том, что человек способен «смотреть на себя глазами партнера», а также корректировать свое поведение в соответствии с ожиданиями другого, стремясь создать наиболее благоприятное впечатление о себе (Андреева, Богомолова, Петровская, 2002). По мнению автора, «правильное» выполнение своей роли помогает человеку добиться наибольшей выгоды в процессе

взаимодействия. Интересно, что «правильность» исполнения роли заключается не в сознательности или выполнении функциональных требований роли, а в создании у других впечатления, что роль исполняется правильно.

Теория идентичности Ш. Страйкера также анализирует формирование идентичности на микросоциальном уровне, которое происходит через индивидуальное понимание и выполнение социальных ролей, отношение к ролевым репертуарам. Роли, по мнению автора, имеют рефлексивный характер, поскольку приобретают значение для индивида в процессе взаимодействия и через взаимодействие. То есть он также подчеркивает то, что реакции окружающих являются основой самоопределения и зависят от выполнения индивидом своей социальной роли. Идентичность формируется на основании социальных ролей, которые связывают человека с социальной структурой (Stryker, 2007).

Развивая свою теорию контроля идентичности, П. Берк также уделяет внимание ролевому аспекту идентичности. Значение социальной роли и ожидания от ее исполнения, сформированные культурой, становятся частью идентичности и служат стандартами в процессе презентации идентичности во взаимодействии. В своих исследованиях П. Берк и Я. Стетс показали также, что результат презентации идентичности в процессе взаимодействия влияет на эмоциональное состояние индивида. В ситуации, когда предъявляемая идентичность соответствует воспринятой, люди испытывают позитивные эмоции и повышают самооценку. Расхождение между предъявляемыми и воспринятыми характеристиками идентичности является источником стресса и занижает самооценку (Burke, Reitzes, 1991). Еще одним положением теории является то, что чем большее значение придается определенному аспекту идентичности, тем больше человек прилагает усилий для того, чтобы проявить эти аспекты во взаимодействии и добиться корректного восприятия со стороны других (Burke, Reitzes, 1991).

Работы в русле символического интеракционизма раскрыли важность влияния социального окружения на формирование представлений человека о себе. Основные идеи работ данного подхода можно сформулировать следующим образом. Во-первых, идентичность формируется в процессе взаимодействия с

другими и усвоения социальных ролей. Во-вторых, структура идентичности отражает, с одной стороны, стремление человека к уникальности, с другой стороны, желание быть понятым и принятым значимым социальным окружением. В-третьих, человек стремится осознавать свою ролевую позицию и адаптируется в процессе взаимодействия. В-четвертых, личная и социальная идентичности находятся в сложной взаимосвязи, которая формируется под влиянием взаимодействия.

Отдельное направление разработки данной темы было заложено в рамках социального конструктивизма К. Гергена и нашло свое воплощение в нарративной психологии (Gergen, Gergen, 2003). К. Герген вводит понятие «нарративной идентичности», которое в дальнейшем стало активно использоваться не только в психологии, но и других областях социальных наук. Это понятие отражает идею о том, что идентичность создаётся в дискурсивных практиках повседневной жизни в форме повествования, рассказывании о самом себе.

Описанные выше подходы по-разному интерпретируют проблемы становления и «подвижности» (устойчивость или стабильность) идентичности. Вследствие этого в последние годы несколькими авторами предпринималась попытка создания интегративного подхода к изучению идентичности (Côté, 2006; Côté, Levine, 2002). Смысл интегративного подхода к исследованию идентичности заключается в том, что разные на первый взгляд характеристики, по сути не исключают друг друга. Они могут рассматриваться как разные аспекты или уровни идентичности.

Примером интегративного подхода к изучению идентичности является аспектная модель идентичности (Self-Aspect model of identity) Г. Саймона. Автор подчеркивает, что не зависимо от типа, будь то личностная, социальная или ролевая, идентичность всегда имеет когнитивную и социальную природу. С одной стороны, индивид формирует довольно устойчивое когнитивное представление о себе, с другой стороны, эти представления о себе строятся и постоянно видоизменяются в процессе межличностного взаимодействия. Кроме того, Г. Саймон объединяет когнитивистский и интеракционистский взгляды, отмечая, что

те или иные аспекты идентичности могут быть представлены, актуализированы в процессе взаимодействия. Именно в этот момент также происходит становление и развитие идентичности (Simon, 2008). В его работе также сформулированы основные функции идентичности. Идентичность помогает человеку: во-первых, поддерживать ощущение принадлежности и в то же время своей уникальности; во-вторых, определить свое место в социальном мире через групповую идентификацию; и в-третьих, повысить самоуважение и поддержать самооценку.

Таким образом, рассмотренные теории идентичности подчеркивают то, что идентичность формируется во взаимодействии, однако не раскрывается проблема того, как именно идентичность представлена во взаимодействии. Г. М. Андреева подчеркивает, что вопрос о том, каким способом происходит презентация собственной идентичности или предлагаемой партнеру по взаимодействию, остается открытым (Андреева, 2012).

К проблеме способа презентации идентичности во взаимодействии подходят авторы коммуникативной теории идентичности (The communication theory of identity). М. Хект и коллеги, представившие данную теорию, рассматривают социальное поведение само по себе как аспект идентичности – реализуемая идентичность (enacted identity) (Hecht, 1993). Поскольку самоидентификация является частью социального поведения, она возникает, а также определяется и изменяется в социальном взаимодействии. Этот подход развивает одновременно идеи ролевой и дискурсивной идентичности. Сама теория зародилась в процессе изучения эффективности моно- и межэтнического общения. Основываясь на теории социальной идентичности, авторы предполагали, что идентичность будет предсказывать коммуникативное поведение и удовлетворенность коммуникацией. Однако, они выяснили, что идентичность не отделима от коммуникативного поведения. М. Хект пришел к выводу о том, что коммуникативное поведение представляет собой реализуемую идентичность. Поскольку идентичность формируется, поддерживается и изменяется в процессе коммуникации, коммуникация экстернализирует идентичность. Реализуемая идентичность рассматривается как четвертый тип идентичности наряду с личностной,

социальной и ролевой. Авторы также подчеркивают, что все четыре типа идентичности находятся в тесной взаимосвязи и могут быть по-разному представлены в социальном взаимодействии. М. Хект описывает характер этой взаимосвязи как процесс согласования идентичностей (Hecht et al., 2005).

В дальнейшем идея о согласовании идентичностей в процессе взаимодействия разрабатывалась в области кросс-культурной психологии и исследований межкультурной коммуникации.

Р. Джексон (2002) рассматривает культурную идентичность как «взаимно-ориентированный процесс согласования идентичностей» (Jackson, 2002, стр. 4). Он формулирует теорию культурного контракта (Cultural contract theory), в которой атрибуты идентичности согласуются совместно участниками взаимодействия. Этот процесс представляет собой способ защиты идентичности и самоопределения, а также обуславливает поведение и восприятие в процессе коммуникации (Jackson, 2002).

М. Дж. Колиер – автор теории культурной идентичности – разрабатывает понятие общекультурной теории коммуникативной компетентности. Основной отправной точкой данной теории являются культурные различия в восприятии уместности и эффективности коммуникации. Вследствие этого межкультурная компетентность понимается автором как взаимный путь признания культурных идентичностей взаимодействующих сторон (Collier, 2015).

У. Купач и Т. Имахори, авторы теории управления идентичности, предлагают рассматривать интерактивную идентичность (relational identity) как тот аспект идентичности, который формируется в процессе общения (1993). В рамках их теории интерактивная идентичность рождается в процессе создания единой понятийной системы, которая помогает восприятию и пониманию смыслов и поведения в процессе коммуникации (Wood, 1982, стр. 76). Выраженность идентичности влияет на ожидания и интерпретацию взаимодействия, а также мотивирует поведение (Stets, Burke, 2000). В процессе межличностного взаимодействия, как в межкультурном, так и в монокультурном контексте, человек демонстрирует свою идентичность через самопрезентацию и приписывает

определенную идентичность своему собеседнику (Collier, Thomas, 1988). Идентичность, создаваемая в процессе конкретного акта социального взаимодействия, конструируется при помощи выбора стратегии сохранения «лица» (Metts, Cupach, 2008, стр. 80).

Таким образом, приведенные выше теории перемещают фокус с содержания идентичности и ее взаимосвязи с социальным миром на процесс взаимодействия как таковой. Наиболее подробно эти представления раскрыты в теории согласования идентичности (Identity negotiation theory) С. Тинг-Туми. Данная теория расширяет представления о взаимосвязи видов идентичности и способах их согласования во взаимодействии (Ting-Toomey, 2005).

Вторая версия теории согласования идентичности, опубликованная в 2005 году, обсуждает роль осознанности (mindfulness) и успешного согласования идентичности в компетентной межкультурной коммуникации. Успешное согласование идентичности реализуется исходя из базовых потребностей личности. Например, потребность в безопасности считается базовой для человеческого существования. В процессе коммуникации ощущение безопасности способствует открытости к взаимодействию с представителями других культур, а уязвимость вызывает тревожность и беспокойство. По мнению С. Тинг-Туми, предметом согласования в процессе коммуникации являются пять основных дихотомий идентичности: безопасность-уязвимость, включенность-дифференциация, предсказуемость-непредсказуемость, присоединение-автономия, устойчивость-изменение идентичности. Способность управлять дихотомиями идентичности дает человеку возможность максимально использовать доступные ему коммуникативные ресурсы (Ting-Toomey, 2005).

Компетентная межкультурная коммуникация концептуализируется как интеграция необходимых межкультурных знаний, осознанности и навыков взаимодействия для адаптивного управления идентичностями и реализации потребностей идентичности с учетом культурных особенностей. Результатом такой коммуникации может быть создание совместной идентичности.

Основные положения данной теории сводятся к тому, что, во-первых, идентичность, социальная и личностная, формируются в процессе взаимодействия с другими. Во-вторых, представители всех культур имеют базовые потребности, связанные с идентичностью, которые реализуются во взаимодействии. В-третьих, человек испытывает ощущение безопасности, включенности, предсказуемости, присоединения и устойчивости идентичности в своей культурной среде и его идентичность становится уязвимой в незнакомой культурной среде. В-четвертых, культурные, индивидуальные и ситуационные факторы оказывают влияние на значение, интерпретацию и оценивание этих дихотомий идентичности. В-пятых, успешное согласование идентичности в результате приводит к тому, что человек чувствует себя понятым, ценным и уважаемым.

Подводя итог, можно сделать несколько выводов.

Во-первых, работы в русле символического интеракционизма заложили теоретическую основу для дальнейшего изучения идентичности на микросоциальном уровне в процессе межличностного взаимодействия и выделения интерактивной идентичности как отдельного вида социальной идентичности.

Во-вторых, исследование идентичности во взаимодействии возможно за счет обращения к интегративному подходу к идентичности. Данный подход подразумевает социальную обусловленность идентичности, ее формирование и развитие, с одной стороны, в процессе социального взаимодействия с учетом мнения об индивиде значимых других, с другой стороны, непосредственно в процессе коммуникации путем адаптации к субъекту взаимодействия.

Кроме того, важно отметить, что формирование идентичности в процессе общения обусловлено реализацией базовых потребностей, связанных с идентичностью. Одним из способов согласования идентичности во взаимодействии является процесс управления «лицом», описанный в рамках теории управления «лицом» (Face negotiation theory) С. Тинг-Туми и теории управления идентичностью (Identity management theory) Т. Имахори и У. Купач. Более подробно этот феномен мы рассмотрим далее.

1.2 Теоретические подходы к исследованию стратегий сохранения «лица»

На протяжении всей жизни человек формирует идентичность, задаваясь вопросом «Кто я?», и формулирует ответ на этот вопрос с оглядкой на представления о нем окружающих его людей. В то же время идентичность во всем своем многообразии является основанием для принятия решения о том, как себя вести с окружающими, стандартом оценки своего поведения. Независимо от того, какой из аспектов идентичности проявляется в непосредственной ситуации общения, человек всегда стремится предстать перед окружающими как тот, кто заслуживает уважения. Для обозначения универсальной потребности создания позитивного образа в процессе коммуникации используем метафора «лица».

Разработка концепции «лица» имеет непростую историю. В литературе отправной точкой большинства научных изысканий является работа Ирвинга Гофмана (1967). Однако, его представления о функциях и характеристиках концепции «лица» претерпели значительное изменение в работах его последователей. Дело в том, что практически сразу сформировались несколько отдельных подходов, поскольку «лицо» стало предметом исследований культурологии, антропологии, лингвистики и социальной психологии.

Основные расхождения лежат в плоскости эмик и этик подходов. Концептуализация «лица» как когнитивной структуры, мотивирующей социальное поведение, противопоставлена индигенным концепциям, рассматривающим «лицо» как разделяемый внутри культуры механизм регуляции социального поведения (Naugh, Bargiela-Chiappini, 2009).

В работах социальных психологов «лицо» рассматривают в русле исследований идентичности (Ting-Toomey, 2005; Imahori, Cupach, 2005; Domenici, Littlejohn, 2006; Moore, 2017). Было показано, что феномен «лица» является универсальным и присутствует во многих культурах, при этом его содержание может варьироваться. В связи с этим отдельное направление исследований

сфокусировано именно на изучении содержания этого понятия внутри одной культуры.

Стоит отметить, что наибольшее развитие эта тема получила в рамках прагматики и исследований вежливости (*politeness research*). Некоторые исследователи этой области, однако, используют более интегративный подход, также опираясь на социально-психологическую природу формирования данного феномена (Spencer-Oatey, 2007).

Проблему становления этих взглядов целесообразно начать рассматривать с учетом исторической перспективы.

С культурологической точки зрения представление о «лице» берет свое начало в восточных культурах и являет собой один из элементов регулятивного механизма. В китайских текстах концепция «лица» появилась еще в древности – в работе «Концепция лица у китайцев» IV в. до н.э. Ху Сяньцин пишет, что *мянь* «лицо, имидж» играет символическую роль в определении отношения человека (личности) и общества. В настоящий момент, в исследовательской литературе используется термин *мяньцзы* «лицо», которое имеет социально-психологическое значение. Линь Юйтан определяет его как «абстрактный и неуловимый и в то же время самый тонкий норматив, которым регулируется социальное общение китайцев» (Спешнев, 2011, с. 132). Спешнев раскрывает это понятие как «количественную форму оценки окружающими публичных достижений индивида и признанием его статуса либо авторитета, что не обязательно соотносится с его моральными качествами» (Спешнев, 2011, с. 133). Получается, что *мяньцзы* обладает человек, который имеет положение и авторитет в обществе. Формирование *мяньцзы* происходит через умение производить впечатление ради упрочнения своего имиджа. Таким образом, уже в самых ранних работах выделялись два уровня «лица» – социокультурный, поскольку «лицо» понимается как регулятор социального поведения, и индивидуальный, где «лицо» — это впечатление, конструируемое в глазах окружающих.

Итак, в основе современных исследований «лица» лежит определение, предложенное И. Гофманом, который понимал его как «позитивный публичный образ, который человек проецирует в ситуации общения, демонстрируя социально одобряемые атрибуты» (Goffman, 1967). Многие исследователи, в том числе, П. Браун и С. Левинсон (1987, стр. 61) также определяли «лицо», как «публичный образ себя».

Однако такое определение и подход к рассмотрению этого феномена подвергались критике, поскольку фокус на собственном положительном образе считался довольно «западным» взглядом на проблему. Кроме того, в данном случае довольно сложно отделить концепцию «лица» от понятия самопрезентации. В противовес этому ряд исследований показывают, что «лицо» шире, чем просто сохранение собственного позитивного имиджа за счет нескольких характеристик данного феномена. Во-первых, «лицо» может включать осознание своей позиции в структуре взаимоотношений (Haugh, 2007; Ruhi, Isik-Güler, 2007; Ukosakul, 2005, 2008). Во-вторых, поддержание «лица» может быть ориентировано не только на индивида, но и на группу (Haugh, 2005; Ho, 1976). В-третьих, человек может не только сохранить или потерять собственное «лицо» в процессе общения, он также может «пожертвовать» собственным позитивным образом или создавать его совместно с партнером по коммуникации (Gao, Ting-Toomey, 1998; Hinze, 2005).

Т. Хольтгрейвс рассматривает «лицо» как «публичное проявление идентичности». При этом он не приравнивает эти два понятия, а предполагает, что «лицо» является аспектом идентичности, актуальным для конкретного акта взаимодействия. То есть в данной ситуации общения стратегии сохранения «лица» могут быть направлены на проекцию определенной идентичности, но не ее содержания, которое подразумевает те или иные характеристики личности (Holtgraves, 2009). Сохранить «лицо» в таком случае означает, что предъявляемая в ситуации коммуникации идентичность принята или одобрена собеседником.

Соответственно, «лицо», в отличие от социальной идентичности, ситуативно, поскольку оно всегда зависимо от оценки окружающими, и, таким образом,

является результатом совместных действий участников коммуникации. Коммуникативное поведение участников взаимодействия, направленное на сохранение или защиту «лица», было обозначено исследователями как «facework». Подробно содержание этого понятия мы рассмотрим в параграфе 1.3.

С другой стороны, некоторые авторы рассматривают «лицо» как один из типов идентичности. Например, по мнению Р. Сколлон, «лицо» – это «реляционная идентичность индивидуумов в коммуникации» или просто «коммуникативная идентичность» (Scollon, 1997). Для того, чтобы снизить неопределенность в ситуации общения человек делает предположения относительно того, каким является его партнер по коммуникации, а главное, каким этот партнер хотел бы видеть его. Таким образом, с одной стороны, «лицо» формируется на основании этих предположений, а с другой стороны, оно является предметом «договоренности» участников коммуникации, которая достигается непосредственно в процессе общения (Scollon et al., 2011).

С. Тинг-Туми, автор теории «поддержания лица» (Face Negotiation theory), определяет «лицо» как «образ человека, проецируемый в ситуацию отношений, или идентичность, определяемая совместно участниками коммуникации» (Лебедева, 2011, стр. 166). Под «лицом» в данной теории подразумевается то, как мы хотим, чтобы нас воспринимали и относились к нам, и как мы на самом деле относимся к другим в соотношении с их ожиданиями применительно к социальной перцепции. В повседневном общении люди постоянно делают осознанный или неосознанный выбор в отношении вопросов сохранения и поддержания «лица». «Лицо» — это обусловленное чувство интерактивной идентичности в конкретной ситуации (Oetzel, Ting-Toomey 2003; Oetzel et al., 2008).

В данной работе мы рассматриваем *«лицо» как идентичность, совместно формируемую участниками коммуникации в ситуации общения.*

В теоретических работах можно выделить ряд характеристик и атрибутов «лица», приписываемых ему на систематическом уровне.

Во-первых, «лицо» неразрывно связано с ситуацией взаимодействия. Поскольку «лицо» подразумевает намерение создать впечатление, заявить об идентичности, которая в дальнейшем должна быть оценена другими, оно не отделимо от процесса социального взаимодействия. Таким образом, «лицо» всегда интерактивно, за счет того, что процесс сохранения «лица» подразумевает оценку поведения человека со стороны другого или группы (Arundale, 1999, 2013; Haugh, Hinze, 2003; Но, 1976, 1994). Вне ситуации взаимодействия такая оценка невозможна, поскольку нет ни предмета оценки, ни самого оценивающего. Следовательно, исследования «лица» возможны только при помощи изучения процесса взаимодействия.

При этом авторы по-разному смотрят на вопрос ситуативной обусловленности «лица». Р. Сколлон отмечает, что не бывает взаимодействия, которое бы происходило без сохранения «лица» (Scollon, 2001). С одной стороны, представления о «лице» могут быть сформированы до начала коммуникации, с другой, изменяться в процессе взаимодействия в зависимости от ситуации (Scollon, 2011). М. Сифиано формулирует свой взгляд на эту проблему следующим образом: «ни один индивид не вступает в коммуникацию без «лица», предполагая адаптировать его в процессе» (Sifianou, 2011, стр. 45). Это соответствует представлениям Х. Спенсер-Оути о том, что «индивиды как правило входят в коммуникацию с представлением о своем «лице», подсвечивая те или иные качества в процессе оценки себя и своего визави» (Spenser-Oatey, 2007, стр. 644). Но и эти представления не формируются независимо от контекста взаимодействия (Archer, Willcox, 2018). Предыдущий опыт и предположения относительно контекста, роли участников коммуникации, их взаимоотношений — все это составляет ожидания, влияющие на выбор стратегии сохранения «лица». Например, рассмотрим ситуацию взаимодействия руководителя с подчиненным. Сотрудник, которого вызывает руководитель, имеет представления об индивидуальных особенностях своего руководителя, его статусе и нормах поведения в ситуации общения с ним. Кроме того, он может сформировать

некоторые ожидания о цели и содержании предстоящей беседы и сознательно или неосознанно составить представления о том, как сохранить собственное «лицо» в данной ситуации. Далее, в процессе коммуникации его ожидания могут быть оправданы и в таком случае процесс сохранения «лица» будет происходить неосознанно. Однако в случае, если ожидания и заранее сформированные представления о коммуникации не оправдываются, сотрудник уже в процессе общения выбирает наиболее подходящую по его мнению стратегию сохранения «лица» и адаптирует свое коммуникативное поведение.

Одновременно с этим, представления о том, как сохранить «лицо» адаптируются в процессе коммуникации через совместные действия взаимодействующих (MacMartin et al., 2001; Golato, Taleghani-Nikazm, 2006; Naugh, 2007). Вслед за традицией социального конструктивизма, авторы подчеркивают, что «лицо» одновременно является составляющей коммуникации и определяется в процессе коммуникации (Crotty, 2020). Таким образом, человек может ориентироваться на то, что, как он считает, о нем думает его собеседник в процессе общения, или на определенные общие нормы поддержания «лица» как способа проявления своей социальной идентичности, например принадлежности к той или иной группе (Schegloff, 2007). Так, в нашем примере ситуации общения руководителя с подчиненным поведение руководителя и позиция подчиненного могут влиять на выбор стратегии сохранения «лица».

Во-вторых, «лицо» связано с созданием положительного образа. В процессе поддержания «лица» человек стремится к созданию позитивного впечатления. «Лицо» не связано с отрицательными атрибутами, за исключением случаев, когда мы утверждаем, что не обладаем ими (Spencer-Oatey, 2007). Однако, это утверждение скорее относится к представлению о «лице» как позитивном образе себя в коммуникации. Поскольку мы рассматриваем «лицо» как идентичность, формируемую совместно участниками взаимодействия, мы можем предположить, что с целью сохранения отношений или поддержания «лица» собеседника, человек может намеренно отказаться от собственного положительного образа. Опять же,

возвращаясь к примеру, который мы рассматривали выше, может возникнуть ситуация, когда руководитель высказывает критику, угрожающую «лицу» подчиненного. Последний может ее принять, чтобы сохранить отношения и не ставить под сомнение авторитет руководителя, тем самым сохраняя уже «лицо» руководителя.

Как правило, «лицо» связано с представлениями человека о нормах и правилах коммуникативного поведения, а также о таких категориях как уважение, честь, статус, репутация, надежность, компетентность, доверие, долг и обязательства (Ting-Toomey, 2017). При этом могут существовать различия в том, как мы интерпретируем все эти понятия, в зависимости от индивидуальных особенностей, контекста, отношений между участниками коммуникации и культуры (Aslani et al., 2013).

В различных коммуникативных ситуациях человек по-разному реализует презентацию своей идентичности в зависимости от его желания и потребности в поддержании определенного аспекта идентичности. Наравне с потребностью в проявлении своей независимости (*autonomy face*) или принадлежности (*inclusion face*), человек может испытывать потребность в поддержании своего статуса (*status face*), надежности (*reliability face*), компетентности (*competence face*) и моральных качеств (*moral face*) (Ting-Toomey, 2005; Gao, 1998).

В-третьих, «лицо» включает в себя когнитивный и аффективный компоненты. Как отмечалось выше, процесс сохранения «лица» подразумевает когнитивные суждения и эмоциональную реакцию (Gudykunst, 1994; Chang, Holt, 1994).

Поддержание «лица» во взаимодействии может происходить как осознанно, так и бессознательно. То есть, когда собеседник оценивает нас в соответствии с нашими ожиданиями, то процесс сохранения «лица» происходит в фоновом режиме. Однако если его оценка отличается от ожидаемой в позитивном или негативном ключе, это может привлечь внимание и человек становится более эмоционально чувствителен к такой оценке (Schlenker, Pontari, 2000).

Исследователи неоднократно подчеркивают, что осознанный процесс выбора стратегии сохранения «лица», происходит именно в ситуации столкновения интересов, ценностей и норм участников коммуникации. В литературе, посвященной этой концепции, такие конфликтные ситуации называются *face threatening process (FTP)*. В такой ситуации, человек, скорее всего, будет испытывать фрустрацию, эмоциональную уязвимость, гнев.

Осознанное управление впечатлением происходит в ситуациях, угрожающих эмоциональному равновесию или ставящих идентичность в уязвимое положение, когда идентичность участников коммуникации подвергается сомнению (Ting-Toomey, 2005).

Ситуации, угрожающие «лицу», как правило, возникают, когда «лицо» одного из участников коммуникации подвергается сомнению, будь то позитивное или негативное «лицо» (Brown, Levinson, 1987). Авторы теорий «лица» выделяют несколько предпосылок для возникновения подобных ситуаций.

Т. Имахори и У. Купач выделяют четыре типа предпосылок, которые связаны с угрозой культурной идентичности, и могут стимулировать активное управление «лицом» в межкультурной коммуникации (Imahori, Cupach, 2005).

- 1) Стереотипизация. На раннем этапе развития отношений, или в ситуации общения, когда участники коммуникации имеют достаточно ограниченную информацию друг о друге, их суждения основываются на стереотипных представлениях.
- 2) Игнорирование. В стремлении избежать стереотипизации, человек может игнорировать или недостаточно «поддерживать» культурную идентичность, воспринимая человека как индивида, не принадлежащего к какой-либо группе.
- 3) Диалектика между сохранением собственного «лица» и «лица» другого. Поддержание собственного «лица» ориентировано по соблюдению норм и

ценностей своей культуры, что может противоречить нормам и ценностям культуры собеседника.

- 4) Диалектика позитивного и негативного «лица». Сохранение «лица» другого или ориентация на присоединение, то есть поддержание позитивного «лица» могут вступать в противоречие со стремлением собеседника к независимости, его поддержанием негативного «лица».

В теории С. Тинг-Туми были сформулированы несколько условий, при которых ситуация взаимодействия воспринимается сторонами как требующая активного управления «лицом». Автор рассматривает эти условия в контексте конфликтного взаимодействия (Ting-Toomey, 2005):

- 1) нарушаются культурно обоснованные правила управления «лицом»;
- 2) большая культурная дистанция между сторонами конфликта;
- 3) чем важнее предмет спора или чем сильнее навязывание стороной конфликта предпочтительного для себя решения;
- 4) влияние инициатора конфликта на своего оппонента;
- 5) большое количество времени и усилий потребуется для устранения последствий;
- 6) субъект рассматривается как член аутгруппы.

Согласно вышеупомянутым авторам, наиболее сильно потребность в сохранении «лица» выражается в межкультурном общении и/или в конфликтной ситуации. Однако, более поздние исследования показывают, что стратегии сохранения «лица» используются и в монокультурном контексте (Guan, Lee, 2017). Коммуникативное поведение, которое воспринимается собеседниками как неуместное и противоречит ожиданиям, нормам и правилам взаимодействия, также может быть стимулом для осознанного управления «лицом».

Стратегии сохранения «лица»

Исходя из того, что «лицо» определяется совместно участниками коммуникации, важно отметить противоречивую природу данного феномена. Это

связано с тем, что в процессе общения человек стремится быть вовлеченным и продемонстрировать эту вовлеченность партнеру по коммуникации. С другой стороны, человеку важно оставаться независимым и проявлять самостоятельность (Scollon et al., 2011). То есть в процессе общения индивид одновременно использует стратегии сохранения «лица», которые бы помогали ему сохранить независимость и показать вовлеченность.

Вследствие этого классификации стратегий сохранения «лица» разных авторов, по сути, демонстрируют эти два противоположных направления. Первыми такое разделение предложили П. Браун и С. Левинсон, которые ввели понятия «позитивного» и «негативного» лица (Brown, Levinson, 1987).

Т. Лим и Дж. Бауерс расширили эту классификацию и добавили два аспекта «позитивного лица»: «лицо присоединения» (fellowship face) - желание быть включенным, «лицо компетентности» (competent face) - желание признания своих способностей другими. «Негативное лицо» в их теории было обозначено как «автономное лицо» (autonomy face) - желание сохранить независимость от мнения и влияния окружающих (Lim, Bowers, 1991, стр. 420).

Л. Мао предложил теорию взаимной ориентации «лица» (Relative Face Orientation), в которой выделил две полярные стратегии сохранения «лица» - «идеальная социальная идентичность или полная общность с другими» и «идеальная автономная идентичность или отделение» (Mao, 1994, стр. 472).

В теории дуализма «лица» (Face Dualism theory) Дж. О’Дрискол также выделяет две основные стратегии «присоединение и принадлежность» и «сепарация и индивидуализация» (O’Driscoll, 2007, стр. 474).

В теории сохранения «лица» Р. Арундейла (Face Constituting Theory) стратегии также находятся в оппозиции — «связывающие стратегии», например, взаимозависимость, солидарность, ассоциирование, и «стратегии сепарации», например, подчеркивание различий, независимость, автономия (Arundale, 2006, стр. 204).

В теории С. Тинг-Туми также изначально были представлены две стратегии сохранения «лица»: стратегия сохранения собственного «лица» (self-face) – забота о собственном имидже, защита своей репутации; и стратегия сохранения «лица» другого (other-face) – обеспокоенность или сосредоточенность на репутации другой стороны. Однако в дальнейшем, была выделена еще одна стратегия - сохранение совместного «лица» (mutual-face) – озабоченность репутацией обеих сторон и «имиджем» взаимоотношений (Ting-Toomey, 2005). Поскольку человек не только заботится о своем позитивном имидже, а также принимает во внимание идентичность другого в моменте и за пределами коммуникации, стратегии сохранения «лица» определяют коммуникативное поведение.

В данной работе мы используем трехчастную модель стратегий сохранения «лица», предложенную С. Тинг-Туми. На наш взгляд, эта модель отражает все три возможные ориентации человека в процессе формирования интерактивной идентичности. Поскольку в общении человек может реализовывать потребности, связанные не только с присоединением или сепарацией, но выстраиванием взаимоотношений, находя компромисс между двумя полюсами.

Стратегия сохранения собственного «лица» представляет собой стремление подчеркнуть свою независимость и самостоятельность, фокус на презентации собственной идентичности, при этом человек не берет во внимание ожидания партнера по коммуникации.

Стратегия сохранения «лица» другого, напротив, способствует присоединению и адаптации к собеседнику, презентация собственной идентичности в данном случае отходит на второй план.

Стратегия сохранения совместного «лица» — это создание общей интерактивной идентичности, которая учитывает ожидания обоих участников взаимодействия.

Итак, «лицо» представляет собой сложный конструкт. Оно является двусторонним ситуативным феноменом. Стратегии сохранения «лица» способствуют поддержанию позитивного образа себя, своего собеседника или их межличностных отношений. «Лицо», как элемент публичной самоконцепции,

находится между социальной и личностной идентичностью. С одной стороны, оно включает атрибуты, свойственные индивиду, как члену группы. С другой стороны, с помощью стратегий сохранения «лица» человек транслирует важные для него индивидуальные качества. При этом набор предъявляемых в процессе взаимодействия характеристик определяется совместно участниками коммуникации.

В ситуации, угрожающей «лицу», особенно остро проявляется необходимость поддержания «лица». Успешность выбора стратегии сохранения «лица» зависит от способности корректно определить ожидания субъекта коммуникации. Однако в процессе межкультурного взаимодействия, учитывая различия в ценностях и нормах, такое предвосхищение ожиданий может вызывать определенные сложности.

1.3 Стратегии сохранения «лица» и коммуникативное поведение

Поскольку «лицо» выступает в качестве механизма социальных отношений, оно играет важную роль в формировании коммуникативного поведения (Garber-Barron, Si, 2013). Коммуникативное поведение, направленное на поддержание «лица», в литературе обозначается термином «управление лицом» (facework). И. Гоффман подразумевает под этим термином «ряд средств, направленных на создание положительного впечатления о себе у других людей и корректировку неблагоприятного впечатления» (Goffman, 1955). «Управление лицом» при этом не является целью социального взаимодействия. К. Доменичи определяет facework как набор коммуникативных практик, с помощью которых коммуникаторы выстраивают взаимоотношения, поддерживают уважение, а также защищают достоинство свое и другого (Domenici, 2006).

В основном, исследование коммуникативного поведения, направленного на сохранение «лица» изучается в области прагматики, но в социальной психологии оно получило развитие при исследовании межкультурного конфликта (Ting-Toomey, 2005).

Характер и методология изучения коммуникативного поведения при «управлении лицом» зависит от того, как исследователь определяет «лицо». Выше мы уже обсуждали дифференциацию между понимаем «лица», как презентации собственного положительного образа в коммуникации, и как интерактивной идентичности, формируемой совместно в процессе взаимодействия.

Первый подход определил фокус внимания исследователей «управления лицом» на коммуникативном поведении, направленном на сохранение собственного положительного образа. Типичными в данных исследованиях являются превентивные и восстанавливающие коммуникативные стратегии (Brown, Levinson, 1987; Metts, Cupach, 1994).

1) Превентивные стратегии (например, ограничение и отказ от ответственности) – это коммуникативное поведение, смягчающее или предотвращающее угрозу «лицу». Превентивное «управление лицом» может включать в себя, например, представление себя с невыигрышной стороны для смягчения или избегания потенциальной критики;

2) Восстановительные стратегии (например, отговорки и оправдания) относятся к поведению, нацеленному на восстановление утраченного или запятнанного «лица», и реализуются в ответ на события, которые уже произошли. Они ориентированы на прошлое, являются частью важного процесса восстановления «лица». Восстановительные стратегии находят свое отражение в поведении, направленном на восстановление испорченных отношений (Metts, Cupach, 1994).

Второй подход отличается тем, что «управление лицом» включает более широкий спектр паттернов коммуникативного поведения, поскольку они могут быть нацелены не только на сохранение собственного «лица», но и поддержание «лица» другого, а также создание совместного «лица» в процессе коммуникации.

Непосредственным изучением взаимосвязи стратегии сохранения «лица» и коммуникативного поведения занимались Дж. Оэтцель и С. Тинг-Туми. «Управление лицом» (facework) определяется исследователями как выбор

паттернов коммуникативного поведения, направленных на внедрение и поддержание собственного положительного образа и поддержание, либо оспаривание положительного образа другого человека (Oetzel et al., 2001).

В процессе общения человек может корректировать свой образ в глазах собеседника при помощи коммуникативных стратегий. Выбор той или иной стратегии происходит в соответствии с нашими представлениями о том, какое именно поведение считается нормативным в определенной ситуации. Эти представления формируются в процессе социализации и обусловлены культурными ценностями и нормами. Соответственно, стратегии коммуникативного поведения находятся под влиянием культуры. Так, например, в Китае одним из способов сохранения «лица» является уход от эскалации противоречивой ситуации и обращение к третьей стороне (Gao, 1998).

Зачастую в рамках одной культуры нам проще сформировать корректные ожидания и выбор стратегии коммуникативного поведения не вызывает затруднений. Однако, в ситуации общения с представителями других культурных групп, за счет различий в ценностях и культурных нормах, эти ожидания могут быть неправильными и вызывать непонимание и неправильное впечатление о человеке в глазах окружающих. Кроме того, коммуникация с представителем других культур имеет большой потенциал к возникновению ситуаций, угрожающих «лицу», за счет различий в когнитивных процессах, паттернах поведения и эмоциональных реакций (Armstrong, Kaplowitz, 2001; Lee et al., 2012).

Исследования С. Тинг-Туми сосредоточены на анализе стратегий сохранения «лица» и «управления лицом» в межкультурном конфликте. В качестве социокультурных предикторов выбора стратегий сохранения «лица» и коммуникативных стратегий используются культурные измерения Г. Хофстеде (Hofstede, 2001). В большей степени автор и ее коллеги ориентируются на различия между культурами индивидуализма и коллективизма.

Результаты эмпирических исследований показывают, представители индивидуалистских культур, как правило, используют больше восстановительных стратегий, в частности отговорки и оправдания, с целью восстановления потерянного в конфликтной ситуации «лица». Коллективисты, принадлежащие к культурам, в которых феномену «лица» уделяется повышенное внимание, более склонны использовать превентивные стратегии – отказ от ответственности и предварительное извинение – чтобы отразить потенциальную угрозу «лицу» (Ting-Toomey, 2004).

При сравнении коммуникативных стратегий в США и Китае было обнаружено, что китайцы в большей степени, чем американцы, склонны приносить извинения, когда их поведение в коммуникации могло доставить дискомфорт и нанести ущерб позитивному «лицу» собеседника. Американцы по сравнению с китайцами, более склонны извиняться в ситуации, когда они могли нанести вред негативному «лицу» собеседника (Guan et al., 2006).

С точки зрения индивидуалистической культуры, чем опаснее конфликтная ситуация, тем больше вероятность того, что собеседники будут использовать прямые, прозрачные, открытые коммуникативные стратегии «управления лицом» для противодействия прямой угрозе. Вместе с тем, с точки зрения коллективистских культурных взглядов, именно из-за потенциальной опасности, вовлеченные в конфликт стороны могут предпочесть скрытые, высококонтекстуальные стратегии, с целью выждать, пока конфликт утихнет и выиграть время, чтобы защитить совместное «лицо» и восстановить оскорбленные чувства.

Р. Меркин в своей работе выяснила, что высокостатусные индивиды в культурах с большой дистанцированностью используют как прямые, так и косвенные стратегии «управления лицом» для разрешения ситуаций, угрожающих «лицу», в зависимости от того, какой посыл подразумевался, положительный или отрицательный (Merkin, 2006).

Что касается специфических этнических конфликтов, то было установлено, что латиноамериканцы и американцы азиатского происхождения в Соединенных Штатах используют стили уклонения и привлечения третьей стороны чаще, чем афроамериканцы. Азиатские иммигранты прибегают к использованию стиля уклонения чаще, чем американцы европейского происхождения (Ting Toomey et al., 2000; Collier, 1991). Важно отметить, что основой для большинства из этих исследований послужили конфликтные отношения со знакомыми людьми.

Дальнейшее развитие теории поддержания «лица» (идентичности) было направлено на пересмотр возможных коммуникативных стратегий «управления лицом». В основу новой классификации легли традиционные стратегии поведения в конфликте, предложенные М. Рэхимом (Rahim, 1983).

М. Рахим (1983, 1992) основывает свою классификацию стилей конфликта на двух основных аспектах: забота о себе и забота о других. Первое понятие иллюстрирует степень, в которой человек стремится удовлетворить свои собственные интересы. Второе показывает степень, в которой человек готов учесть интерес другого участника конфликта. Оба понятия в совокупности объясняют наличие пяти стилей разрешения межличностных конфликтов: конкуренция, уклонение, приспособление, компромисс и сотрудничество.

- Доминирующий стиль уделяет особое внимание тактике конфликта, которая ставит собственную позицию и цели выше интересов другого человека.
- Уклонение включает в себя увиливание от темы конфликта, избегание стороны конфликта или конфликтной ситуации в целом.
- Приспособление характеризуется высокой озабоченностью интересами другой стороны конфликта, по сравнению с собственными.
- Компромисс предполагает, что люди сходятся на частичном удовлетворении интересов каждой стороны для достижения соглашения по предмету конфликта.

- Сотрудничество отражает необходимость принятия взвешенного решения и подразумевает сильную заботу как о своих интересах, так и об интересах другого участника конфликта в ходе содержательного конфликт-менеджмента.

Однако, управление «лицом» не равноценно выбору стиля конфликта. В контексте американской исследовательской литературы, посвященной стилям конфликта, их зачастую рассматривают содержательно, с точки зрения решения проблемы конфликта, пренебрегая особенностями взаимодействия или вопросами сохранения «лица». Например, стратегии сохранения «лица» можно использовать до (превентивное «управление лицом»), вовремя или после (восстановительное управление) конфликтной ситуации. Кроме того, стили конфликта могут включать в себя особую тактику управления «лицом», тем не менее, такая тактика или стратегия может использоваться в различных ситуациях, связанных как с угрозой идентичности, так и с её поддержанием. В качестве таких ситуаций могут выступать, например, обращение с просьбой, замешательство, обратная связь в отношении результатов работы и похвала.

Таким образом, хотя модель пяти стилей общения в конфликте наиболее популярна при изучении стилей поведения в конфликте, в ней упущены некоторые существенные факторы, в том числе, эмоциональные реакции, участие в решении конфликта третьей стороны, ее интересы, а также пассивно-агрессивные тактики поведения (Ting-Toomey et al., 2000).

При изучении стратегий поведения в межкультурном конфликте С. Тинг-Туми и коллеги (2000) выделили три дополнительных стиля для объяснения значительных культурных и этнических различий стратегий поведения в конфликтной ситуации: эмоциональное проявление, помощь третьей стороны и пренебрежение.

- 1) Эмоциональное проявление направлено на использование эмоций человека для управления коммуникацией во время конфликта.

2) Медиация подразумевает привлечение третьей стороны для урегулирования конфликта. В частности, в коллективистской культуре с большой дистанцированностью от власти конфликт часто разрешается с помощью неформального посредничества третьих лиц. Такой медиатор обычно занимает высокое положение и поэтому пользуется заслуженной репутацией. Посредник также имеет хорошие отношения с обоими участниками спора. Чтобы отдать дань уважения этому высокопоставленному посреднику, обе стороны конфликта могут быть готовы пойти на уступки во имя или в честь «лица» посредника (и, таким образом, сохранить свое лицо).

3) Пренебрежение характеризуется использованием пассивно-агрессивных реакций для того, чтобы избежать конфликта, но при этом вызвать косвенную реакцию другого участника конфликта.

Исследования связи стратегий сохранения «лица» со стилями поведения в конфликте показывают, что, хотя индивидуалисты (например, респонденты из США), как правило, используют более прямые, направленные на поддержание собственного «лица» стили поведения в конфликте (например, доминирующий-конкурирующий), коллективисты (например, респонденты из Тайваня и Китая) склонны использовать не прямые стили, направленные на поддержание «лица» других (например, уклонение и уступка). Мужчины (как из Японии, так и из Соединенных Штатов) используют более доминирующие-конкурирующие стратегии (это означает высокую озабоченность собственным «лицом», низкую – «лицом» других), нежели женщины (Cocroft, Ting-Toomey, 1994; Ting-Toomey et al., 1991; Trubisky et al., 1991). Кроме того, было обнаружено, что сохранение «лица» другого или собственного «лица» напрямую связана с комбинированием стилей общения в конфликте и стратегий управления «лицом» (Oetzel, Ting-Toomey, 2001).

Итак, в модели С. Тинг-Туми межкультурные стратегии сохранения «лица» могут охватывать широкий диапазон стилей поведения, которые были объединены в три группы – доминирование (защита и агрессивное поведение), избегание

(уклонение, уступка, обращение за помощью к третьей стороне и притворство) и сотрудничество (извинение, компромисс, выбор альтернативного варианта, частная беседа, сохранение спокойствия и разговор о проблеме) (Oetzel et al., 2008).

Доминирующее управление «лицом» сосредоточено на создании авторитетного имиджа и желании выиграть в конфликте с помощью конкурентных стратегий, подразумевающих лишь одного победителя.

Избегание подчеркивает сохранение относительного баланса, отсутствие прямого вовлечения в конфликт, уклонение или игнорирование конфликтной ситуации.

Коллаборативное управление «лицом» (кооперация) предполагает как содержательное разрешение конфликта, так и важность сохранения отношений. Некоторые приспособленческие стратегии совместного «лица» могут включать осознанное выслушивание, совместный диалог и решение проблем с учетом интересов обеих сторон.

Управление «лицом» выполняет различные коммуникативные функции в ситуациях, угрожающих «лицу». Его можно использовать стратегически для (а) сглаживания конфликтной ситуации с помощью тактики уклонения и компромисса, (б) обострения конфликтной ситуации с помощью тактики прямой и пассивной агрессии, (в) восстановление запятнанной репутации с помощью оправданий и обоснований (г) восстановление испорченных отношений с помощью извинений и содействия третьей стороны. Эти функции являются частью процесса поддержания, сохранения или защиты, коррекции или улучшения, а также совершенствования «лица».

В итоговой версии процесс сохранения «лица» в модели С. Тинг-Туми включает два основных компонента: (1) стратегии сохранения «лица» – сохранение собственного «лица» (self-face), сохранение «лица» другого (other-face), сохранение совместного «лица» (mutual-face); (2) стратегии коммуникативного

поведения «управления лицом» - доминирование, избегание и сотрудничество (Oetzel, 2001).

Двухчастная модель сохранения «лица» представляется наиболее продуктивной с точки зрения анализа идентичности в процессе коммуникации. Она учитывает не только управление собственным положительным образом индивида в процессе общения, но и его отношение к идентичности собеседника и их взаимоотношениям. Связь стратегий сохранения «лица» с паттернами коммуникативного поведения дает возможность проследить как процесс формирования идентичности в процессе общения влияет на коммуникативное поведение в ситуации, угрожающей «лицу».

В эмпирических исследованиях стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения Дж. Оэтцель и С. Тинг-Туми было показано, что стратегия сохранения собственного «лица» зачастую связана с доминированием, тогда как сохранение «лица» другого с избеганием, а сохранение совместного «лица» с кооперацией (Oetzel et al., 2001; Oetzel, Ting-Toomey, 2003).

Однако эмпирические данные исследований других авторов, основанные на данной модели, показывают смешанные результаты. Во-первых, довольно значительная часть работ использует данную теорию для исследования различий в коммуникативных стратегиях «управления лицом» в разных культурах, опуская при этом стратегии сохранения «лица» (Cardon, Okoro, 2010). Во-вторых, метод измерения стратегий сохранения «лица» варьируется от работы к работе. Многие авторы используют не три стратегии, предложенные С. Тинг-Туми, а авторские подходы к измерению выраженности или важности «лица» как таковой (Keil et al., 2007). В-третьих, ряд исследований показывает взаимосвязь между стратегиями сохранения «лица» и поведением в неконфликтной ситуации, например, при донесении плохих новостей (Keil et al., 2007), или при изучении помогающего поведения (Eriksson et al., 2017), групповых дискуссиях (Nguyen-Phuong-Mai, 2019).

Следует отметить, что зачастую стратегии сохранения «лица» и «управления лицом» изучаются в контексте монокультурной коммуникации, где участники взаимодействия принадлежат к одной культуре. Кросс-культурные исследования сравнивают данные стратегии, применяемые в монокультурном общении, на предмет сходств и различий в разных национальных культурах (Amarasinghe, 2012; Kim, Guan, Park, 2012; Neuliep, Johnson, 2016). Однако, довольно ограниченное количество исследований посвящено анализу межкультурного взаимодействия как такового (Guan, Lee, 2017).

1.4 Предикторы выбора стратегий сохранения «лица»

Несмотря на развернутые теоретические рассуждения, на сегодняшний день существует довольно ограниченное количество эмпирических исследований предикторов выбора стратегий сохранения «лица». Анализ литературы позволяет объединить предикторы выбора стратегий сохранения «лица» в три основные группы: социокультурные (Ting-Toomey, 2005; Merkin, 2006), личностные (Oetzel, Ting-Toomey, 2003; Spencer-Oatey, 2007) и ситуационные (Han, 2016; Carson, Cupach, 2000).

Социокультурные предикторы

Основные положения теории поддержания «лица» (идентичности) С. Тинг-Туми касаются того, как культурные ценности связаны с выбором стратегий сохранения «лица». Данная теория основывается на том, что процесс сохранения «лица» отличается в культурах, располагающихся на разных полюсах культурных измерений, таких как индивидуализм-коллективизм. Культурно-ценностные аспекты обеспечивают логическую или мотивационную основы для определения того, почему люди выбирают ту или иную модель поведения в конкретной культурной среде. Так, характер культурных ценностей (индивидуализм-коллективизм; малая или большая дистанция власти) формирует основные представления о «лице» и стили коммуникации. Кроме того, ценностные модели определяют предпочтения: представители культуры индивидуализма уделяют

больше внимания собственному «лицу» (self-face), а представители коллективизма – «лицу» другого (other-face) или совместному «лицу» (mutual-face) (Oetzel, Ting-Toomey, 2003). Например, в исследовании С. Ван и Г. Уолкер, китайские студенты предпочитали стратегии сохранения совместного «лица» и «лица» другого, в то время как канадцы отдавали предпочтение стратегии сохранения собственного «лица» (Wang, Walker, 2011). П. Гун и коллеги (Gong et al., 2021) выявили биологические и генетические основания склонности представителей коллективистских культур к стратегиям сохранения совместного «лица» и «лица» другого.

Кроме того, исследователи выявили связь стратегии сохранения «лица» с коммуникативными стилями в зависимости от характера культуры – низкоконтекстной или высококонтекстной по классификации Э. Холла. В низкоконтекстной коммуникации подчеркивается важность явных устных сообщений для выражения собственных мыслей, мнений и чувств. Высококонтекстная коммуникация, в свою очередь, акцентирует внимание на важности многоуровневых контекстов (например, исторический контекст, социальные нормы и роли, ситуационный и реляционный контексты), которые формируют границы взаимодействия (Hall, 2001).

Коммуникативное поведение, направленное на поддержание собственного «лица» связано в исследованиях С. Тинг-Туми с прямым стилем коммуникации, отделяя при этом предметно-содержательную проблему конфликта от межличностного аспекта. В то же время поддержание «лица» другого или совместного «лица» проявляется в использовании косвенного стиля коммуникации и восприятии человека, предмет конфликта, и межличностного аспекта как единое целое (Ting-Toomey, 2015).

Наиболее подробно влияние культурных измерений на формирование стратегий сохранения «лица» было изучено Р. Меркин. Мета-анализ основных результатов эмпирической проверки гипотез о взаимосвязи культуры и «управления лицом» показал:

- 1) Индивидуализм положительно связан с самопродвижением и прямым стилем коммуникации и отрицательно связан с чувствительностью к сохранению «лица»;
- 2) Большая дистанция власти положительно связана с чувствительностью к сохранению «лица» и непрямым стилем коммуникации, и негативно связана с такими коммуникативными паттернами как перебивание во время общения;
- 3) Маскулинность положительно связана с самопродвижением и прямым стилем коммуникации и отрицательно связана с намерением сохранить «лицо»;
- 4) Избегание неопределенности положительно связано с потребностью к сохранению «лица»;
- 5) влияние культуры сильнее в обществах, принадлежащих к «жестким» культурам (tight cultures – см. Gelfand, 2019) (Merkin et al., 2014).

Однако, исследования культурных измерений в качестве предиктора выбора стратегии сохранения «лица» и коммуникативного поведения имеют ряд ограничений. В первую очередь, эти ограничения связаны с методологическими проблемами данных исследований. Зачастую такие исследования проводились на небольшом количестве стран, в основном от двух до четырех, что не позволяет делать достаточно точные выводы относительно культурной вариативности исследуемых феноменов. Во-вторых, принадлежность к культуре индивидуализма или коллективизма зачастую основано на данных, предложенных Г. Хофстеде (2001) и не учитывают особенности выборки. Кроме того, измерения культур объясняют различия на глобальном уровне – в качестве единиц сравнения берутся особенности национальных или этнических групп. Однако в контексте межличностного общения влияние культурных ценностей находится в тесной взаимосвязи с ситуационными и личностными факторами (Zaidman, Holmes, 2009).

Личностные предикторы

На индивидуальном уровне были выделены такие предикторы выбора стратегии сохранения «лица», как модели личности (Oetzel, Ting-Toomey, 2003), личностные черты (Liu et al., 2005), а также самооценка личности (Hodgins et al., 1996; Holtgraves, 2009; Tuncel et al., 2020). Кроме того, отдельные исследования показывают различия в предпочтении стратегий сохранения «лица» в зависимости от пола респондента, например, женщины чаще прибегали к стратегии сохранения совместного «лица» (Wang, Walker, 2011). Но в большинстве исследований взаимосвязь с полом и возрастом была не значима.

Как уже обсуждалось выше, культурные особенности в совокупности с индивидуальными характеристиками влияют на поведение в процессе межличностного взаимодействия. Данное утверждение также было сформулировано как одно из положений теории поддержания «лица» С. Тинг-Туми. Однако, в качестве личностных предикторов в данной теории рассматриваются только модели личности (self-construal), предложенные Маркус и Китаемой (1991). Авторы обозначили две модели – взаимозависимое и независимое «Я» (Independent and Interdependent Self), которые определяют то, как человек воспринимает себя и окружающих, его мотивации, познание и эмоции (Markus, Kitayama, 1998). Независимое «Я» подразумевает, что человек считает себя не только автономным и стремится к независимости, но и подчеркивает свою уникальность, стремится к самовыражению. Человек с взаимозависимой моделью «Я», напротив, стремится к присоединению, он существует в системе взаимоотношений и подчеркивает групповую принадлежность (Лебедева, 2011).

В исследованиях Дж. Оэтцель, были получены результаты о взаимосвязи моделей личности и стратегий сохранения «лица». Так, независимое «Я» ассоциировалось с сохранением собственного «лица», в то время как взаимозависимое «Я» положительно связано с сохранением «лица» другого (Oetzel et al., 2003).

Несмотря на то, что рамках данной теории и исследований, использующих трехчастную модель стратегий сохранения «лица», обычно не рассматриваются

другие индивидуальные предикторы, существуют теоретические предпосылки к изучению индивидуальных ценностей как возможных предикторов выбора стратегий сохранения «лица».

Индивидуальные ценности отражают мотивационную направленность личности, регулирующую деятельность в разных контекстах (Bardi, Schwartz, 2003). Ш. Шварц (Schwartz, 1992) определил ценности как проявление универсальных требований человеческого существования, ценности представляют концептуализацию этих потребностей в виде целей, которые объединяются в ценностные кластеры. Десять основных ценностей характеризуются через центральные мотивационные цели:

- достижение — достижение личного успеха в соответствии с разделяемыми культурными стандартами;
- самостоятельность — свобода мысли и действий, обусловленные потребностью быть автономным и независимым;
- стимуляция — новизна и состязательность в жизни;
- гедонизм — удовольствие и наслаждение жизнью;
- универсализм — понимание, принятие, терпимость и поддержание благополучия всех людей и природы;
- доброжелательность — поддержание благополучия людей, с которыми человек находится в контакте;
- традиция — уважение и поддержание обычаев и идей, присущих данной культуре и религии;
- конформизм — ограничение действий и побуждений, нарушающих нормы и социальные ожидания;
- безопасность — стабильность и безопасность самого человека и общества;
- власть — социальный статус и влияние на других.

Ш. Шварц располагает ценности на мотивационном континууме, который демонстрирует структуру отношений между ними (Рисунок 1). Противоречивые

друг другу ценности противопоставлены, а имеющие схожие мотивы ценности располагаются близко друг к другу.

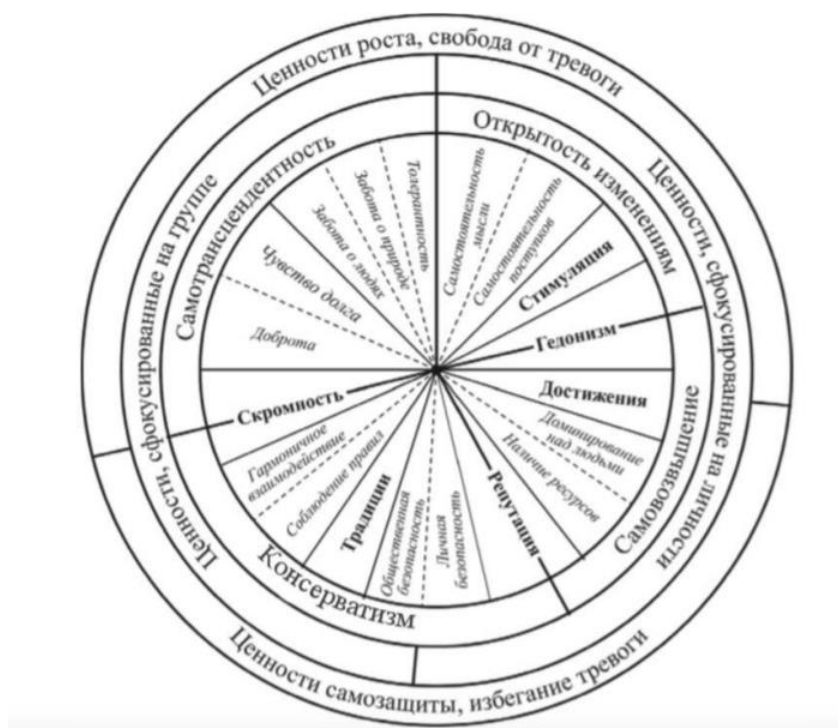


Рисунок 1. Круговой мотивационный континуум 19 индивидуальных ценностей согласно обновленной теории Ш. Шварца.

Ш. Шварц также относит основные индивидуальные ценности к четырем ценностям более высокого порядка: Открытость к изменениям, Сохранение, Самопреодоление и Самоутверждение (Рисунок 1). Ценности Открытости изменениям несут в себе мотивы самостоятельности и независимости в принятии решения и действий, а также открытости новому опыту, поиска новых ощущений. Ценности Самоутверждения связаны с желанием обладать ресурсами и высоким статусом, стремлением к социальному успеху и власти. Ценности Сохранения включают в себя ориентацию на безопасность, поддержание норм и правил, конформное и бесконфликтное взаимодействие с другими людьми. Ценности Самопреодоления включают в себя толерантное и принимающее отношение к другим людям, стремление к равенству и благу других людей и мира в целом.

В уточненной версии классификации ценностей Ш. Шварц разделяет шесть ценностей следующим образом (Schwartz, 2012):

- 1) Безопасность: личная, общественная и репутация;
- 2) Универсализм: забота о других, забота о природе, толерантность;
- 3) Самостоятельность: мысли и поступки;
- 4) Власть: ресурсы и доминирование;
- 5) Конформизм: правила, межличностный и скромность;
- 6) Благожелательность: чувство долга и забота.

Стоит отметить, что в уточненной версии была выявлена ценность из кластера ценностей Самоутверждения — репутация (face). Под репутацией понимается поддержание и защита престижа. Данная ценность находится одновременно в группе ценностей власти и безопасности, поскольку использование собственного престижа позволяет людям контролировать других и распоряжаться ресурсами. Защита престижа влечет за собой защиту от угроз безопасности, присущих нападениям на свой имидж (Schwartz et al., 2012).

Определение ценности репутации Шварца говорит о том, что содержание этого понятия значительно расходится с определением «лица», которое используется в данной работе. Оно отражает только одну из возможных стратегий - сохранение собственного «лица». Под репутацией понимается защита собственного престижа, следовательно, оно не равнозначно пониманию «лица». Более подробно характеристики «лица», как двустороннего феномена, и три возможные стратегии сохранения «лица» мы обсуждали в параграфе 1.2. Данные понятия имеют разные значения и находятся в разных «плоскостях». Вероятно, ценность репутация может быть предиктором стратегии сохранения собственного «лица» в коммуникации.

Кроме того, все ценности Ш. Шварц объединяет в два блока — ценности социального и личностного фокуса. Данная дихотомия соотносится с дихотомией позитивного и негативного «лица». В связи с этим, Х. Спенсер-Оути предполагает,

что ценности личностного фокуса являются предикторами стратегии сохранения собственного «лица», а ценности социального фокуса – стратегии сохранения «лица» другого (Spencer-Oatey et al., 2019). Однако, поскольку мы используем более диверсифицированную трехчастную модель стратегий сохранения «лица», их взаимосвязи с индивидуальными ценностями могут быть сложнее. Так, стратегия сохранения совместного «лица» может также определяться ценностями социального фокуса, поскольку ее основная функция – сохранение и поддержание взаимоотношений между участниками коммуникации.

Б. Шленкер пишет о том, что стратегии сохранения «лица» обуславливают два параметра – ценности и ожидания (Schlenker, 2000). Если мы обратимся к классификации ценностей по Ш. Шварцу, мы можем предположить решение нескольких важных вопросов, связанных с концепцией «лица».

Во-первых, ценности определяют фокус – социальный или личностный. Человек с более выраженными ценностями социального фокуса вероятнее склонен к использованию социально ориентированных стратегий сохранения «лица» - сохранение совместного «лица» и «лица» другого. Более выраженные ценности личностного фокуса, возможно, способствуют склонности к выбору стратегии сохранения собственного «лица».

Во-вторых, индивидуальные ценности формируют важность тех или иных качеств, которые мы стремимся предъявить в процессе самопрезентации. Оценочные суждения людей об их собственных качествах (особенно в отношении валентности) могут зависеть от структуры индивидуальных ценностей. Это, в свою очередь, может повлиять на то, какие качества для них важнее, чем другие для сохранения «лица», и на степень, в которой они чувствительны к «лицу».

В-третьих, индивидуальные ценности формируют важность самой стратегии сохранения «лица» для индивида. Восприятие ситуации общения, как угрожающей «лицу», может быть сформирована в зависимости от выраженности тех или иных ценностей. Например, если в процессе общения человек считает, что

коммуникативное поведение собеседника ставит под сомнение его социальный статус или компетентность, для него будет важно сохранить «лицо» и добиться подтверждения, одобрения этих характеристик в процессе взаимодействия. В связи с этим, мы можем предположить, что ценностные ориентиры могут быть классифицированы на те, которые поддерживают выбор той или иной стратегии сохранения «лица» (Sperser-Oatey, 2007).

Ситуационные предикторы

«Лицо» представляет собой феномен реляционного уровня, поэтому значительную роль в выборе стратегий сохранения «лица» играют особенности ситуации взаимодействия. Представления о «лице» и выбор стратегий сохранения «лица», как мы уже обсуждали выше, основываются на воспринимаемых нормах и ожиданиях относительно коммуникации (Schlenker, 2000; Imahori, Cupach, 2005). Ситуация взаимодействия, в которой нарушены представления индивида о нормах может быть воспринята как ситуация, угрожающая «лицу». Как объясняет Х. Спенсер-Оти (2005), многие поведенческие условности, ритуалы и нормы влияют на наши ожидания относительно «правильного» поведения, так что невыполнение этих ожиданий может быть воспринято как «негативное событие», и результатом может стать угроза и/или потеря «лица» (Spenser-Oatey, 2005). Особенно актуальна проблема «неоправданных ожиданий» в контексте взаимодействия с представителями другой культуры, не только национальной, но и этнической, а также организационной.

Ожидания и воспринимаемые нормы зависят от таких параметров, как характер взаимоотношений с собеседником, статус участников коммуникации и контекст взаимодействия.

Характер взаимоотношений, статус партнеров и контекст коммуникации оказывают значительное влияние на выбор стратегий сохранения «лица» (Brown, Levinson, 1987; Ting-Toomey, Kurogi, 1998; Oetzel, 1999; Oetzel et al., 2001; Ng, 2017).

П. Браун и С. Левинсон (1987) приводят такой пример. Ситуация, когда один человек попросил другого его подвезти может быть воспринята, как угрожающая «лицу», поскольку она может «нарушать» желание автономности и независимости. В большей степени такая просьба вызовет потребность в сохранении «лица», если она поступила от дальнего знакомого или вышестоящего, чем от близкого человека или от друга. Поэтому выбор стратегии сохранения «лица» в каждой из этих ситуаций может быть разным.

Например, было обнаружено, что люди склонны больше заботиться о «лице» другого в ситуации общения с близкими людьми. Однако если для представителей коллективистских культур контекст общения с близкими и незнакомыми влияет на выбор стратегии «лица», то для представителей индивидуалистических культур значительного различия выявлено не было (Oetzel et al., 2001). Результаты кросс-культурного исследования стратегий управления «лицом» на примере Сингапура, Тайланда и Австралии показали, что сингапурцы и тайцы в большей степени, чем австралийцы, используют непрямой стиль коммуникации при общении с вышестоящими (Brew, Cairns, 2004). Также, в исследовании Нг (2017) было показано, что сингапурцы используют разные коммуникативные стратегии с подчиненными и вышестоящими, но для американцев такого различия выявлено не было. В то же время результаты исследования М. Алиакбари и М. Амини показали, что культурные ценности коллективизма в основном влияют на выбор стратегий сохранения «лица» в неформальной ситуации общения. В формальном взаимодействии влияние культурных ценностей выражено в меньшей степени (Aliakbari, Amiri, 2016).

Результаты данных исследований показывают, что характер взаимоотношений, статус участников коммуникации и контекст взаимодействия в основном влияют на выбор стратегий сохранения «лица» и коммуникативное поведение у представителей коллективистских культур. Представители индивидуалистических культур используют более стабильные коммуникативные паттерны поведения в разных условиях взаимодействия.

Наибольший интерес в рамках данной работы представляет деловой контекст коммуникации. Особенности делового взаимодействия также оказывают влияние на выбор стратегии сохранения «лица» и коммуникативные стратегии «управления лицом». Большинство исследований, основанных на теории поддержания «лица» С. Тинг-Туми, фокусируются на анализе выбора стратегии поведения в конфликтной деловой коммуникации. Однако, чтобы понять, как деловая среда влияет на стратегии сохранения «лица», необходимо выделить основные особенности данного контекста.

1.5 Контексты коммуникации

1.5.1 Деловой контекст коммуникации

В данной работе рассматривается контекст делового взаимодействия. Деловое общение представляет собой особый вид коммуникации с целью обмена информацией и влиянием, достижения определенной практической цели (Kameda, 2005). Деловое общение определяется как коммуникативная предметно-целевая профессиональная деятельность в сфере социально-правовых и экономических отношений (Колтунова, 2005).

Выделяют несколько основных особенностей деловой коммуникации. Во-первых, деловое общение, как правило, нацелено на результат. Таким результатом может быть продукт совместной деятельности, информация, карьера и пр. (Ильин, 2017).

Во-вторых, деловая коммуникация служит средством реализации профессиональных задач, в отличие от других видов межличностной коммуникации, которые могут иметь значение сами по себе - как общение ради общения (Scollon, 1995). Желание и стремление к общению в данном случае отходит на второй план. Поэтому важной характеристикой деловой коммуникации является необходимость. Необходимость общения в данном случае связана, с одной стороны, с невозможностью выбирать партнеров по коммуникации, так как реализация определенной задачи требует общения с конкретным человеком,

занимающим ту или иную должность. С другой стороны, человек также не может прекратить взаимодействие с партнером без ущерба процессу реализации профессиональной задачи (Cai, Donohue, 1997).

В-третьих, участники деловой коммуникации имеют формальный статус, определяющий нормы и стандарты поведения. Поскольку человек выступает в данном случае как сотрудник организации, имеющий определенные права и обязанности. Вследствие этого человек выполняет закрепленную за ним роль и его возможности изменения этой роли очень ограничены. Это особенно важно в контексте данного исследования, поскольку социальные роли в том числе определяют идентичность, презентуемую в процессе взаимодействия. В психологическом плане деловое общение характеризуется как формальное, с преобладанием инструментального и точного стиля коммуникации (Zaidman, 2001).

Существует большое количество форм делового общения, например совещания, собрания, заседания, презентации, конференции, деловая переписка и многие другие (Ильин, 2017). Однако, такая форма делового общения как деловые переговоры представляется наиболее продуктивной для исследования стратегий сохранения «лица» за счет нескольких аспектов данного процесса.

Деловые переговоры определяются как обмен мнениями для достижения какой-либо цели, выработки соглашения сторон (Ильин, 2017, стр. 9) или установление деловых взаимоотношений для достижения организационных целей (Gray, Robertson, 2005; Brunner, 2008).

В отличие от собраний, заседаний и конференций, именно в процессе переговоров участникам коммуникации необходимо управлять впечатлением и формировать взаимоотношения с другой стороной. Поэтому роль сохранения «лица» в данной форме делового общения представляется наиболее актуальной.

Деловые переговоры определяются как «процесс взаимного общения, в котором две или более стороны обсуждают содержательные вопросы, объясняют

свои позиции и обмениваются предложениями и встречными предложениями в попытке определить решение или результат, приемлемый для всех сторон» (APA Dictionary of Psychology, 2020). Как правило, в литературе основное внимание уделялось экономическому аспекту переговоров, как маркеру успешности данного вида коммуникации (Mestdagh, Buelens, 2003). Однако на сегодняшний день все большее количество исследований показывают, что наряду с экономическими результатами переговоров необходимо рассматривать социально-психологические аспекты, последствия и результаты переговоров, такие как развитие межличностного капитала, удовлетворенность результатом взаимодействия, достижение внеэкономических целей (Curhan et al., 2006; Gelfand et al., 2006; Wilken et al., 2013).

Было предложено несколько моделей переговоров, которые бы учитывали данные факторы, среди них модель двойной заинтересованности в переговорах (Dual concern model) (Rubin et al., 1986), интегративная модель реляционной Я-концепции в переговорах (model of Relational Self Construal and negotiations) (Gelfand et al., 2006) и модель реляционной идентичности в переговорах (Shapiro, 2010).

Модель двойной заинтересованности описывает два измерения интересов участников переговоров: заинтересованность в реализации собственных интересов и заинтересованность в реализации интересов других (Rubin et al., 1986). Когда оба эти стремления выражены умеренно, участники переговоров, вероятно, объединяют интересы обеих сторон. Несовпадение интересов сторон может привести к другим результатам. Когда цели одного участника переговоров достигаются легче, чем другого, его мотивация продолжить взаимодействие по достижении своей цели падает и переговоры могут преждевременно завершиться (Brett, Okumura, 1998). Однако, если участники переговоров заинтересованы в благополучии другого до такой степени, что поступаются своими личными интересами, это может привести к взаимным уступкам или преждевременному

компромиссу, что может быть не самым оптимальным решением для обеих сторон (Ben-Yoav, Pruitt, 1984; De Dreu et al., 2000).

Данная модель фокусируется вокруг содержательной стороны переговоров и их нацеленности на экономический результат. Однако, в ней опущен реляционный аспект деловых переговоров.

Д. Шапиро предлагает теорию реляционной идентичности, используя систематический подход к пониманию эмоций и аспектов, связанных с идентичностью в переговорах (Shapiro, 2002, 2005). Ключевое понятие теории – реляционная идентичность – восприятие индивидом его взаимоотношений с другим или группой. Основным положением является то, что это восприятие не статично, поскольку человек постоянно переосмысляет свои взаимоотношения с другими и свою роль внутри этих взаимоотношений. Автор также выделяет два мотива, определяющих взаимоотношения – присоединение и автономность. Присоединение относится к степени и значимости эмоциональной связи между людьми. Автономность относится к степени и значимости свободы каждой стороны от другой - независимость мышления, чувств или поступков без ограничений и влияния других (Shapiro, 2005). Данные стратегии направлены на развитие и определение взаимоотношений, кроме того, они могут определять поведение в коммуникации. Во-первых, реляционная идентичность формирует ожидания относительно того, что можно и что нельзя на основе ролевой и статусной структуры взаимоотношений. Во-вторых, несоответствие между ожидаемым и реальным восприятием реляционной идентичности вызывает негативные эмоции. Наоборот, их конгруэнтность вызывает положительные эмоции и способствует кооперативному поведению (Fisher, Shapiro, 2005; Isen, 2001).

Интегративная модель реляционной Я-концепции (relational self-construal) в переговорах была предложена Мишель Гелфанд (2006). Данная модель является развитием классификации моделей личности Маркус и Китаемы (1991) о независимой и взаимозависимой личности. М. Гелфанд в свою очередь вводит

понятие реляционной Я-концепции (RSC), которая отражает «связь с другими и способствует поведению, направленному на развитие и укрепление существующих взаимоотношений» (Cross et al., 2002, стр. 400). Автор выделяет три компонента реляционной Я-концепции, дифференцирующей ее от аналогичных феноменов социальной психологии. Каждый из трех компонентов – когнитивный, эмоциональный и мотивационный – отражает определенные психологические процессы.

1. Когнитивный компонент:

- осознание связи с другими,
- внимание к вербальному и невербальному поведению другого,
- осознание сходств с другими.

2. Эмоциональный компонент:

- связи с другими являются источником положительных эмоций и чувства собственного достоинства,
- неспособность наладить и укрепить связи является источником значительных переживаний и негативных эмоций,
- эмпатия и переживание эмоций других,
- нежелание выражать эмоции, мешающие общению.

3. Мотивационный компонент:

- желание развиваться и сохранять отношения с другими,
- желание помочь другим достичь их цели и желание взаимного развития
- стремление развивать отношения (например, через самораскрытие) (Gelfand et al., 2006).

По своей сути, реляционная Я-концепция, описанная в теории М. Гелфанд, соотносится с представлениями об интерактивной идентичности, которые мы обсуждали в параграфе 1.1. Данный подход расширяет возможности анализа переговоров за счет выхода за рамки сугубо рационального подхода, который был сконцентрирован вокруг соревновательности, автономности и направленности переговоров исключительно на экономический результат. Она

операционализирует межличностный план взаимодействия, и показывает, как ориентация на отношения влияет на психологическое состояние человека, тактику и результаты переговоров.

В процессе переговоров реляционная Я-концепция может быть выражена в большей или меньшей степени у каждого из участников переговоров. Соотношение выраженности создает матрицу динамики взаимоотношений в процессе переговоров (Рисунок 2).

Выраженность RSC Участник 1	Высокая	Несоответствие RSC: Дистанцированность отношений	Соответствие RSC: Удовлетворенность взаимоотношениями
	Низкая	Соответствие RSC: Ареляционные переговоры	Несоответствие RSC: Дистанцированность отношений
		Низкая	Высокая
		Выраженность RSC Участник 2	

Рисунок 2. Динамика выраженности реляционной Я-концепции в переговорах (Gelfand et al., 2006).

Данная модель предполагает, что каждый из четырех возможных сочетаний выраженности реляционной Я-концепции связан с результатом переговоров. Несоответствие выраженности RSC приводит к дистанцированности отношений и, предполагается, что такая динамика приводит к более низким экономическим и социально-психологическим результатам. Косвенно это подтверждается результатами предшествующих исследований, которые показывают, что несоответствие целей, ценностей, характеристик личности способствуют развитию конфликтов, низкой удовлетворенности коммуникацией и более негативному взаимному восприятию партнеров по коммуникации (Gelfand, Dyer, 2000; Kristof-Brown, Stevens, 2001; Kristof-Brown et al., 2002). Напротив, соответствие между выраженностью RSC помогает координировать коммуникативное поведение в соответствии с ожиданиями (Barsade et al., 2000; Wilken et al., 2013).

Таким образом, рассмотрение деловой коммуникации позволяет нам выявить контекст деловой коммуникации, который в наибольшей степени подходит для исследования стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения, направленного на «управление лицом».

Деловые переговоры характеризуются высокой степенью формальности и требуют от участников исполнения определенных профессиональных ролей. При этом целью данной коммуникации может быть как реализация экономических целей, так и установление взаимоотношений между партнерами по коммуникации. Для успешной реализации последней цели от участников требуется взаимное управление идентичностью в коммуникации. Данный процесс мы можем рассматривать с точки зрения продуктивности той или иной стратегии сохранения «лица».

1.5.2 Моно- и межкультурный контекст деловых переговоров

Тема деловых переговоров в международном контексте очень актуальна за счет постоянного развития экономического сотрудничества. Исследования влияния культуры на этот процесс, как правило, организованы по двум возможным сценариям: это кросс-культурные исследования, которые сравнивают переговорные практики разных культур, и межкультурные исследования, которые фокусируются на процессе переговоров представителей разных культур (Gunia et al., 2016). Зачастую роль стратегии сохранения «лица» в социальной психологии изучают именно в кросс-культурном аспекте. Поэтому доступно очень ограниченное количество исследований относительно процесса межкультурных переговоров. В основном эти работы были осуществлены при помощи этнографических или лингвокультурологических методов.

Данное исследование направлено на то, чтобы заполнить этот пробел и идентифицировать особенности использования стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения в каждом из этих контекстов. Для того, чтобы иметь

возможность сравнивать моно- и межкультурный контексты деловых переговоров, мы постараемся выявить основные различия между ними.

При сравнении международных и локальных переговоров, в первую очередь, бросается в глаза тот факт, в международных переговорах в принципе присутствует большее количество внешних факторов, которые могут создавать сложности и преграды, например различия правовых, юридических и финансовых систем. Немаловажную роль, конечно, могут играть идеологические, лингвистические и культурные различия взаимодействующих сторон (Luo, Shenkarb, 2002). В международных переговорах по сравнению с локальными заключается меньше экономически выгодных сделок вследствие стратегических расхождений между сторонами (Adair et al., 2001, 2009; Brett, Okumura, 1998; Usunier, 2003). Например, в исследовании израильско-индийских переговоров было показано, что в 60% случаев участники переговоров не могут достичь договоренности (Snir, 2014).

Что касается социально-психологических аспектов переговорного процесса, локальный контекст представляется менее неопределенным и люди сталкиваются с меньшим количеством трудностей. Участники переговоров находятся в едином культурном и социально-нормативном поле, их ожидания и поведение сформированы на основе общих культурных норм (Zou et al., 2009). Данная общность позволяет управлять коммуникацией для достижения взаимопонимания и сконцентрироваться на реализации профессиональных и экономических целей (Scollon, Scollon, 2001).

Исследователи международных переговоров демонстрируют различные взгляды на то, как происходит взаимодействие за столом переговоров в международном контексте. Часть исследований показывает, что существуют универсальные правила деловой коммуникации (David et al., 1994). Но, с другой стороны, в международном общении различия культурных норм могут стать препятствием на пути формирования доверия, необходимого для кооперации и конструктивного процесса решения проблем (Bushe, Coetzer, 2007; Mohammed, Dumville, 2001; O'Connor, Arnold, Maurizio, 2010). Участники переговоров

переносят свои коммуникативные практики из локальных переговоров в международный контекст (Brett, 2014). В связи с этим, возникает проблема взаимной адаптации в процессе переговоров. Действительно, результаты эмпирических исследований показывают, что, например корейцы в переговорах с американцами отказывались от своей первоначальной стратегии конкуренции в пользу кооперации (Kern et al., 2012).

На процесс взаимной адаптации влияет несколько возможных факторов. Разные исследования выделяли статус участников переговоров, уровень межкультурной компетентности и культурный интеллект, социальные цели (ориентация на отношения), межкультурный опыт (Gunia et al., 2016). А. Оган и коллеги пишут о том, что ориентация на поддержание отношений в отличие от ориентации на достижение экономических целей способствует развитию культурного интеллекта и навыков коммуникации, необходимых для эффективного межкультурного взаимодействия (Ogan et al., 2010).

Исследование Л. Лю и коллег показало, что достижение консенсуса более вероятно в монокультурных, нежели в межкультурных переговорах. Кроме того, социальные мотивы модулируют эту взаимосвязь: необходимость достижения экономического результата (закрытия сделки) препятствовала консенсусу больше в межкультурных, чем монокультурных переговорах, в то время как забота о «лице» в большей степени способствовала консенсусу в межкультурных, чем монокультурных переговорах. (Liu et al., 2012)

Подводя итог можно сказать, что межкультурный контекст делового взаимодействия требует больших усилий для сотрудничества (Kecskes, 2017), поскольку коммуникаторам в первую очередь необходимо найти общий язык, установить стабильные отношения для дальнейшего развития переговорного процесса. Кроме того, процесс межкультурного общения является более стрессовым, чем монокультурный, из-за тревожности, возможных негативных установок или недостаточной компетентности в работе в условиях культурного разнообразия (Jiao et al., 2020).

1.6 Выбор стратегии сохранения «лица» и эффективность коммуникации

Корректное использование стратегий сохранения «лица», учитывая культурные нормы, может стать важным инструментом для поддержания отношений и в деловом контексте. Поскольку стремление сохранить «лицо» влияет на социальное поведение, сохранение «лица» для обеих сторон межличностного взаимодействия может помочь в решении бизнес-задач (Merkin, 2017).

Некоторые исследователи говорят о том, что сохранение «лица» повышает эффективность коммуникации, поскольку в целом, люди склонны использовать мнение окружающих как источник мотивации. В своей работе Т. Эрикссон и его коллеги показали, что самооценка и важность мнения окружающих мотивируют людей к сохранению собственного «лица» и «лица» другого в социальном взаимодействии (Eriksson et al., 2017). В том числе стратегии сохранения «лица» используются для избегания неудач и поддержания социального статуса индивида в деловом контексте (Keil et al., 2007).

При этом, чтобы оценить, насколько продуктивна та или иная стратегия сохранения «лица» в моно- и межкультурном взаимодействии, необходимо сопоставить выбор стратегии с результатом коммуникации. Литература по переговорам, а также межкультурному деловому взаимодействию рассматривает результат коммуникации как достижение экономических, инструментальных, реляционных и/или самопрезентативных целей взаимодействия (Ting-Toomey, Oetzel 2001; Gelfand et al., 2006; Canary, Lakey, 2013; Gunia et al., 2016).

Теория реляционной Я-концепции и переговоров М. Гелфанд предполагает, что в переговорах, где у участников ярко выражена потребность в реализации реляционных целей, происходит «реляционная аккомодация» (relational accommodation). То есть участники осознанно или бессознательно отказываются от взаимовыгодных экономических результатов в пользу развития отношений, достижения реляционных целей (Gelfand et al., 2006; Curhan et al., 2008). Как

следствие, такие переговоры генерируют меньше экономических результатов, однако способствуют развитию реляционного капитала (Malamuth et al., 2001).

Разные стратегии сохранения «лица» могут быть по-разному связаны с реляционными и самопрезентативными целями деловых переговоров.

В работе С. Кроучера и коллег было показано, что стратегия сохранения совместного «лица» в деловом контексте способствовала адаптации в процессе взаимодействия, однако вместе с тем повышала мотивацию к позитивным изменениям. В плане коммуникативного поведения стремление к позитивным изменениям стимулировало сотрудников чаще не соглашаться и высказывать свое мнение (Croucher et al., 2020).

Дж. Оэтцель и коллеги продемонстрировали отрицательную взаимосвязь между стратегией сохранения собственного «лица» и удовлетворенностью взаимодействием на индивидуальном уровне (Oetzel et al., 2012). Стоит отметить, что в том же исследовании были получены результаты о положительном влиянии стратегии сохранения собственного «лица» на удовлетворенность внутригрупповым взаимодействием. Данные результаты говорят о том, что в групповом взаимодействии, в отличие от межличностного человеку в большей степени необходимо сохранить свою независимость и способность критически оценивать процесс групповой дискуссии.

Исследования стратегий сохранения «лица» в переговорах и деловом взаимодействии в целом, в основном направлены на анализ взаимосвязи этих стратегий с коммуникативным поведением и стратегиями поведения в конфликтной ситуации. Поэтому эмпирических данных о взаимосвязи стратегий сохранения «лица» с результатом коммуникации, за исключением отдельных результатов исследования Дж. Оэтцеля (Oetzel et al., 2012), приведенного выше, практически нет.

Рассмотрим результаты деловой коммуникации, которые могут быть показателями достижения реляционных и самопрезентационных целей.

Измеряемыми показателями достижения данных целей в конкретной ситуации взаимодействия могут быть удовлетворенность коммуникацией и желание продолжить общение, (Clyman, Tripp, 2000; Curhan et al. 2006).

Удовлетворенность коммуникацией наиболее часто используется для оценки результатов переговоров (Calantone et al., 1998; Shankarmahesh et al., 2004; Montes et al., 2012; van Knippenberg, Schippers, 2007) и является маркером эффективности и успешности переговорного процесса (Voeth et al. 2006), а также способствует снижению конфликтного потенциала и стабильности деловых взаимоотношений (Caughlin, Golish, 2002). Таким образом, удовлетворенность — это оценочная мера качества эффективности делового взаимодействия (Oetzel et al., 2001; Oetzel, 2005).

Желание продолжить общение является еще одним показателем достижения реляционных целей в переговорах. В исследовательской литературе этот фактор определяется как стремление продолжить взаимодействие в будущем (desire for future negotiation interaction – DFN) (Purdy et al., 2000). Р. Оливер отмечает, что эмоциональная реакция в результате переговоров влияет на выбор партнера по взаимодействию в дальнейшем, формирование доверия между сторонами, и более высокий уровень уверенности в благоприятном исходе дальнейших коммуникативных итераций (Oliver et al., 1994). Исследования показывают, что желание продолжить общение формирует позитивные установки на дальнейшую коммуникацию. Так, например, в работе С. Паттона и коллег было показано, что люди с выраженным DFN имеют позитивные ожидания, большую уверенность в том, что переговоры будут более дружелюбными, и преимущественно используют стиль ведения переговоров, ориентированный на решение проблем, по сравнению с участниками переговоров, не сформировавшими DFN (Patton, Balakrishnan, 2010).

Изучение взаимосвязи стратегий сохранения «лица» с показателями достижения реляционных целей в переговорах позволит оценить продуктивность каждой из стратегий сохранения «лица». Особенно важно понять, насколько та или иная стратегия уместна в монокультурном и межкультурном взаимодействии.

1.7 Выводы к Главе 1

Интегративный подход к исследованию идентичности позволяет рассматривать «лицо» как идентичность, которая совместно формируется участниками коммуникации в процессе взаимодействия.

Базовые потребности, связанные с идентичностью, реализуются во взаимодействии посредством выбора стратегии сохранения «лица». Активное применение данных стратегий обусловлено возникновением ситуации, угрожающей «лицу» участников коммуникации.

Восприятие ситуации общения, как угрожающей «лицу», формируется на основе культурных, социальных и контекстуальных норм коммуникативного поведения, а также информации о собеседнике и индивидуальных особенностей индивида.

Возможными стратегиями сохранения «лица» являются (1) стратегия сохранения собственного «лица», направленная на реализацию потребности в автономности, поддержании своего позитивного образа или социального статуса; (2) стратегия сохранения «лица» другого, направленная на адаптацию к собеседнику и заботу о его позитивном имидже; (3) стратегия сохранения совместного «лица», направленная на создание реляционной идентичности и развитие отношений.

Стратегии сохранения «лица» мотивируют коммуникативное поведение. Обзор предыдущих исследований показывает, что стратегия сохранения собственного «лица» связана с доминированием, стратегия сохранения «лица» другого с избеганием, а стратегия сохранения совместного «лица» с кооперацией.

Процесс сохранения «лица» с практической точки зрения наиболее актуален в контексте деловых переговоров, когда целью коммуникации является достижение экономических и реляционных целей. В данном случае, можно оценить влияние выбора той или иной стратегии на эффективность реализации данных целей. Маркером эффективности достижения реляционных целей является удовлетворенность коммуникацией и желание продолжить общение.

Наименьшее развитие в литературе получило исследование предикторов выбора стратегии сохранения «лица». На индивидуальном уровне предикторами могут быть индивидуальные ценности. В то время как на ситуационном уровне различия в выборе стратегии сохранения «лица» могут зависеть от культурного контекста – моно- и межкультурного делового взаимодействия.

1.8 Авторский подход к проблеме исследования стратегий сохранения «лица» в деловом взаимодействии. Гипотезы и исследовательские вопросы.

Изучение деловой коммуникации имеет важное значение для развития все более международной и мультикультурной деловой среды, где наблюдается потребность в инструментах решения конфликтных ситуаций, формирования доверия, развития навыков эффективного общения (Croucher et al., 2020).

Контекстно-ориентированный подход к исследованию выбора стратегий сохранения «лица» в деловом взаимодействии заключается в попытке объединения основных положений теории социальной идентичности Дж. Тэшфела, теорий интерактивной идентичности Имахори, интегративной теории коммуникативной компетентности Б. Шпитцберга, теории поддержания «лица» С. Тинг-Туми и теории индивидуальных ценностей Ш. Шварца (Рисунок 3).



Рисунок 3 Теоретическая модель авторского контекстно-ориентированного подхода к исследованию стратегий сохранения «лица».

Вслед за Б. Шпитцбергом, в рамках данного подхода мы рассматриваем коммуникативную компетентность как степень уместности и эффективности

поведения в восприятии собеседника в данном контексте. (Spitzberg, 2013). Такое определение (1) подчеркивает роль контекста, (2) позволяет нам сфокусироваться на восприятии в процессе общения. То есть, не само по себе коммуникативное поведение является показателем компетентности или некомпетентности, а то, насколько в данной ситуации это поведение воспринимается и оценивается как таковое.

Согласно теориям идентичности в коммуникации, развивающим теорию социальной идентичности, коммуникативная компетентность требует способности человека успешно формировать взаимоприемлемую идентичность в коммуникации (Cupach&Imahori, 1993, стр. 118).

Экстернализация согласования идентичностей в процессе взаимодействия происходит при помощи выбора стратегии сохранения «лица». Стратегии сохранения «лица» отражают реализацию потребностей, связанных с идентичностью. Так, потребность в независимости или автономии выражается в выборе стратегии сохранения собственного «лица». Потребность в присоединении – в выборе стратегии сохранения «лица» другого или совместного «лица».

Личностными предикторами выбора стратегии сохранения «лица» являются индивидуальные ценности, поскольку ценности представляют собой мотивационные цели и определяют направленность деятельности индивида на разных уровнях, в том числе в процессе взаимодействия (Батхина, 2019).

Поскольку «лицо» является ситуативно обусловленным феноменом, выбор стратегии сохранения «лица» неотделим от контекста коммуникации. С одной стороны, описанный выше процесс находится под влиянием культурного контекста (Ting-Toomey, 2003), поскольку культурные ценности формируют коммуникативные нормы и влияют на ожидания участников относительно ситуации взаимодействия. С другой стороны, культурная принадлежность партнера по взаимодействию, то есть моно- и межкультурный контексты коммуникации, также влияют на выбор стратегии сохранения «лица».

Данные контексты различаются в плане коммуникативных норм и степени формирования ожиданий. За счет различий культурно обусловленных

коммуникативных норм и культурной дистанции общение с представителем другой культуры может происходить в разрез сформированным предыдущим опытом ожиданиям.

На международных деловых переговорах сотрудники сталкиваются с различными проблемами. Восприятие ситуации, как угрожающей «лицу» зависит от ожиданий, сформированных общепринятыми нормами и социальными ролями, т.е. от контекста коммуникации (Kim, Nam, 1998; Bousfield, 2018). Люди, принадлежащие к одной (или близкой) культуре, более успешно понимают намерения и поведение своего собеседника, что способствует успешной коммуникации. Межкультурный контекст общения, за счет различия культур, и как следствие, норм и правил коммуникативного поведения, делает ситуацию общения более неопределённой (Merkin, 2006).

Авторы теорий, связанных с процессом управления «лицом» в коммуникации, предлагают несколько параметров, по которым выделяют ситуации, угрожающие «лицу». Однако сами авторы отмечают, что восприятие ситуации как угрожающей «лицу» может быть культурно обусловленным (Imahori, Cupach, 2005; Ting-Toomey, 2015). Предыдущие исследования показали различия в восприятии ситуаций моно- и межкультурного делового общения (Collier, 1988; Elahee et al., 2002; Lee, 2005; Adair et al., 2009; Mayer et al., 2016). Помимо различий в восприятии правил и норм коммуникативного поведения, также было выявлено, что в двух контекстах различается восприятие характера взаимоотношений, достижения взаимопонимания и целей коммуникации, а также оценки культурной идентичности со стороны собеседника. Ряд исследований делового взаимодействия показали, что контекст также влияет на паттерны коммуникативного поведения и выбор переговорных стратегий (Chen, 2002; Lee, 2005; Elahee, 2002).

В настоящее время исследования в основном сосредоточены на кросс-культурном сравнении процесса сохранения «лица» (Oetzel, Ting-Toomey, 2003). Однако процессы сохранения «лица» в межкультурном взаимодействии изучены недостаточно (Szkudlarek et al., 2020). Отсутствуют эмпирические доказательства

различий в выборе стратегий сохранения «лица» и коммуникативных паттернов поведения, направленных на управление «лицом» у членов одной и той же культурной группы в разных контекстах, то есть в ситуациях моно- и межкультурного общения.

На основе обзора литературы мы можем сделать несколько допущений:

1. Межкультурный контекст взаимодействия, по сравнению с монокультурным, имеет больший потенциал для возникновения ситуаций, угрожающих «лицу» за счет различий в культурных нормах и общепринятых правилах коммуникативного поведения (Collier, 1998; Merkin, 2006).

2. Участники межкультурных отношений в процессе общения адаптируются и «согласуют» культурные различия, вырабатывая взаимоприемлемые нормы и правила поведения. Это позволяет участникам получить признание своей идентичности и достичь взаимопонимания (Packman, Casmir, 1999; Mokros, 2003; Imahori, Cupach, 2005; Eriksson, Villeval, 2011; Ting-Toomey, 2015).

3. Деловые переговоры отличаются формализованностью и требуют от участников выполнения своей профессиональной роли (Gong et al., 2021), что приводит к большим усилиям по сохранению собственного «лица».

4. Достижение реляционных целей в переговорах требует от участников внимания как к своим интересам и идентичности, так и к интересам и идентичности своего собеседника (Croucher et al., 2020), что связано со стратегией сохранения совместного «лица».

5. Индивидуальные ценности являются предикторами выбора стратегий сохранения «лица» (Schlenker, 2000; Spencer-Oatey, 2007).

6. Индивидуальные ценности являются предикторами стратегии поведения в конфликтной ситуации (Батхина, Лебедева, 2019). Ценности Самоутверждения связаны с доминированием, ценности Сохранения связаны с избеганием, а ценности Самопреодоления связаны с кооперацией в конфликтной ситуации.

7. Индивидуальные ценности социального фокуса могут быть связаны со стремлением к присоединению и адаптации в процессе взаимодействия. Ценности Самопреодоления (благожелательность, универсализм) подчеркивают толерантное отношение к другим людям. Ценности Сохранения (конформизм, традиция и безопасность) ориентированы на поддержание норм и правил, конформное и бесконфликтное взаимодействие с другими. Поэтому ценности Самопреодоления и Сохранения могут быть предикторами выбора стратегий сохранения совместного «лица» и «лица» другого.

8. Индивидуальные ценности личностного фокуса связаны со стремлением к автономности и независимости. Ценности Самоутверждения (достижение, власть, гедонизм) связаны с желанием обладать высоким статусом, стремлением к успеху и власти. Ценности Открытости изменениям (самостоятельность, стимуляция) отражают стремление к самостоятельности, независимости в принятии решений и действий. Таким образом, ценности Самоутверждения и Открытости изменениям могут быть предикторами выбора стратегии сохранения собственного «лица».

9. Поскольку деловые переговоры связаны не только с достижением экономических целей, но и с установлением и развитием взаимоотношений участников переговоров, создание совместной идентичности (совместного «лица») в коммуникации имеет решающее значение для достижения целей взаимодействия.

10. Способность к адаптации и управлению «лицом» может усиливать эффективность деловой коммуникации.

На основе разработанного автором контекстно-ориентированного подхода к исследованию стратегий сохранения «лица» в деловом взаимодействии были предложены следующие гипотезы и исследовательские вопросы:

Гипотезы и исследовательские вопросы.

Гипотеза 1: Индивидуальные ценности взаимосвязаны со стратегиями сохранения «лица» и паттернами коммуникативного поведения.

Гипотеза 1а: Ценности Самоутверждения положительно связаны с сохранением собственного «лица» и доминированием в коммуникации.

Гипотеза 1б: Ценности Открытости изменениям и Самопреодоления положительно связаны с сохранением совместного «лица» и кооперацией в коммуникации.

Гипотеза 1в: Ценности Сохранения положительно связаны с сохранением «лица» другого и избеганием в коммуникации.

Гипотеза 2: Стратегии сохранения «лица» связаны с паттернами коммуникативного поведения и эффективностью коммуникации.

Гипотеза 2а: Сохранение совместного «лица» (MF) и «лица» другого (OF) положительно связано с сотрудничеством и удовлетворенностью коммуникацией.

Гипотеза 2б: В межкультурном контексте сохранение «лица» другого (OF) и совместного «лица» (MF) ведут к желанию продолжить общение.

RQ1: Различаются ли стратегии сохранения «лица» в моно- и межкультурном контекстах взаимодействия?

RQ2: Медируют ли стратегии сохранения «лица» взаимосвязь индивидуальных ценностей и паттернов коммуникативного поведения?

Для качественного этапа исследования был сформулирован исследовательский вопрос:

RQ3: Какие психологические трудности испытывают российские менеджеры в межкультурном деловом взаимодействии?

ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛИ СТРАТЕГИЙ СОХРАНЕНИЯ «ЛИЦА»

С целью проверки гипотез и ответа на исследовательские вопросы, поставленные в данной работе, были проведены качественное и количественное исследования. Первое – качественное исследование было нацелено на выявление социально-психологических особенностей восприятия трудностей межкультурной деловой коммуникации, в частности восприятия ситуаций, угрожающих «лицу». Методология и результаты качественного исследования представлены в параграфе 2.1 данной главы. Второе, количественное исследование было направлено на выявление роли стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурной деловой коммуникации. Были проанализированы влияние контекста коммуникации на выбор стратегии сохранения «лица», взаимосвязи индивидуальных ценностей со стратегиями сохранения «лица» и коммуникативным поведением, а также взаимосвязи стратегий сохранения «лица», коммуникативного поведения и показателей эффективности коммуникации. Методология и результаты данного исследования представлены в параграфе 2.2 данной главы. Общая дискуссия результатов всех исследований представлена в параграфе 2.3 этой главы.

2.1 Исследование психологических барьеров межкультурной деловой коммуникации

Восприятие ситуации общения, как угрожающей «лицу», связано с воспринимаемыми трудностями межкультурной коммуникации и культурной дистанцией между участниками взаимодействия (Ting-Toomey, 2015). На начальном этапе исследования нам необходимо было выявить психологические трудности, с которыми сталкиваются русские в деловой межкультурной коммуникации. Результаты исследования отражены в двух опубликованных статьях (Vasilyeva, Lebedeva, 2020; Васильева, 2020)

Особенный интерес представляла собой коммуникация с представителями культуры, имеющими большую культурную дистанцию с культурой переговорщика (или респондента). Под культурной дистанцией понимается

степень различия между культурами взаимодействующих сторон. Согласно теории Дж. Берри, культурная дистанция склонна вызывать трудности в установлении и поддержании межличностных контактов с представителями другой культуры, а иногда может становиться причиной конфликтов между различными культурными группами (Berry, 1997). Дж. Берри предложил измерять культурную дистанцию как прямо пропорциональную количеству изменений, которые мигрант вынужден внести в свою повседневную жизнь и поведение для успешной межкультурной адаптации (Beugelsdijk et al., 2018). Следовательно, чем больше культурная дистанция, тем больше вероятность неправильной интерпретации информации и, как результат, непонимания.

В нашем исследовании в качестве культурной группы с большой культурной дистанцией были выбраны китайцы. С одной стороны, российско-китайские деловые отношения интересны для изучения за счет активно развивающихся экономических взаимоотношений двух стран (Вислогузов, 2019; Лавров, 2019). С другой стороны, объективные показатели, такие как культурные измерения, показывают значительные культурные различия между этими культурными группами (Якупов, 2017; Хунюэ, 2017; Fedorova, 2012). Кроме того, предыдущие исследования демонстрируют, что воспринимаемая культурная дистанция, устойчивые стереотипы, различия в коммуникативных стилях и прочие факторы вызывают значительные трудности в общении и выстраивании доверительных взаимоотношений между русскими и китайцами в деловой среде (Batjargal, 2007; Новикова, Гридунова, 2011; Ardichvili, 2012; Григорян, Лебедева, 2013; Бычихина, 2014; Michailova, Hutchings, 2006; Чжан, 2016; Huang, Chikov, 2019).

Контекст русско-китайской коммуникации

Изучение взаимоотношений России и Китая имеет долгую историю. Изменения, связанные с геополитической и экономической ситуацией, влияют на характер двусторонних отношений. С одной стороны, на данном этапе «китайский вектор» внешней политики России стимулирует стремление анализировать взаимоотношения на национальном уровне (Зуенко, 2017; Malle, 2017; Wilson,

2015). Отдельную нишу занимают работы в сфере имагологии, предметом которых является восприятие наших стран друг другом (Тихвинский, 2008; Тен, 2012; Stronski, Ng, 2018; Tremin, 2012) и сравнительной культурологии (Горобец, 2012; Орлов, 2013). С другой стороны, на уровне анализа межличностного взаимодействия, мы видим, что эта тема разрабатывается с наибольшей активностью в области обучения китайскому языку (Цуйцуй, 2016; Иванова, 2015) и лингвокультурологии, где целый ряд работ посвящен сравнению коммуникативных стилей русских и китайцев (Стернин, 2002; Селезнева, 2002; Владимирова, 2005; Гурулева, 2017).

Обзор литературы позволил выделить несколько категорий трудностей, которые связывают с русско-китайским деловым взаимодействием: (1) предубеждения, (2) культурная дистанция, включая различия культурных норм, ценностей и практик, а также (3) различия в коммуникативных стилях (Vasilyeva, Lebedeva, 2020). Однако предыдущие исследования не дают представления о восприятии русскими трудностей межкультурного делового общения с китайцами. Выявление наиболее значимых психологических барьеров поможет понять, какие ситуации воспринимаются, как угрожающие «лицу».

Таким образом, целью нашего исследования было выявить воспринимаемые русскими коммуникативные трудности, возникающие в процессе межкультурного взаимодействия с китайцами в деловой среде.

Выборка исследования психологических барьеров межкультурной деловой коммуникации

В исследовании приняли участие 20 русских (10 мужчин и 10 женщин) сотрудников российских компаний, взаимодействующих на постоянной основе с китайскими партнёрами. В среднем, опыт работы с китайскими партнерами составил 7 лет. Стоит отметить, что в выборке присутствовало два типа компаний. Первый – российские компании, производство и филиалы которых находятся в КНР (Снежная королева, Спортмастер, Касперский). Второй – китайские компании, подразделения, которых находятся в России (Haier, Huawei, ZTE). Все

респонденты занимали руководящие должности в компании от руководителей подразделений до генеральных директоров компании. Средний возраст респондентов составлял 36 лет ($SD = 6.5$).

Четверо респондентов имели опыт изучения китайского языка, в частности, востоковедческое образование. Однако только один респондент использовал китайский язык в деловом общении. Остальные 19 респондентов общались с китайскими партнерами на английском и при помощи переводчика.

Важно отметить, что интервью проводились в 2019 году до пандемии Covid-19. Поэтому, данная ситуация не оказывала влияния на состояние бизнеса с Китаем, а также на восприятие русскими китайских партнеров. На момент проведения интервью респонденты находились и имели основное место работы на территории России.

Процедура исследования психологических барьеров межкультурной деловой коммуникации

В качестве метода исследования были выбраны полуструктурированные качественные интервью. Проведённые в рамках данной работы интервью были посвящены исследовательскому вопросу: *«Какие трудности в общении с китайскими деловыми партнёрами выделяют российские работники?»*. Полуструктурированное 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? 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 своем 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 были сохранены стилистические особенности речи. Объем текста ответов одного респондента на вопросы интервью в транскрипции составил $M = 27\,910$ знаков, $SD = 10678$, общий объем расшифрованного текста — 94 956 слов.

В качестве метода анализа полученных данных мы использовали контент-анализ при помощи программы Atlas.ti. Категории и коды выделялись в соответствии с процедурой проведения контент-анализа по ответам каждого из респондентов (Erlingsson, Brysiewicz, 2017).

Затем выделялись основные темы и подтемы, связанные с воспринимаемыми коммуникативными трудностями. Проверка надёжности выделенных тем производилась в два этапа — параллельный анализ независимым экспертом для сопоставления выделенных тем и обсуждение их с тремя участниками интервью в дополнительной беседе.

Далее категории и коды анализировались в соответствии с частотой встречаемости (Smith, 2009), а также были автоматически сформированы сетевые графики для визуализации связей между кодами. На последнем этапе были проанализированы связи между кодами и укрупнёнными темами.

Результаты исследования психологических барьеров межкультурной деловой коммуникации

В результате контент-анализа были выделены следующие основные темы, отражающие психологические трудности в русско-китайском деловом

взаимодействии: трудности в выстраивании доверительных отношений, высокий уровень неопределенности, эмоциональные трудности. Рассмотрим подробнее каждую из данных тем.

Трудности выстраивания доверительных взаимоотношений

Из ответов респондентов мы видим, 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 партнерам. В основном, тема недоверия фигурирует в контексте постоянных изменений, пересмотра договоренностей: *«Если какие-то детали не уточнены, они могут пересматривать договоренности задним числом, вплоть до условий контракта, даже рабочего контракта. ... То есть, можно так сказать, китайцам нельзя доверять. Вот на 100%! ... знаете, если подытожить, трудности — это то, что им нельзя доверять»*. К тому же в деловой среде сложился довольно устойчивый стереотип, о котором говорят все респонденты, что китайцы могут обмануть. Этот стереотип зачастую усиливается, когда русские не понимают, что происходит, не получают прямые ответы на свои вопросы.

Кроме того, отношение со стороны китайцев к иностранцам, стереотипы в отношении русских и сильный протекционизм, были выделены как трудности русско-китайской коммуникации. Так же, как и у русских, у китайцев существуют предубеждения и стереотипы. Особенно сильно это воспринимается русскими за счет того, что в отношениях сохраняется дистанция, несмотря на большое количество неформальных встреч. Респонденты отмечают замкнутость, нежелание переходить границы деловой коммуникации. Несмотря на то, что походы в ресторан и неформальное общение – неотъемлемая часть деловых отношений, многие респонденты отмечают существование некой границы, за которую иностранцу попасть довольно сложно. Поэтому в коммуникации чувствуется напряженность, недоверие: *«сколько бы люди лет ни работали, 10, 15 лет, — вот эта дистанция и четкое разделение на свой-чужой - она сохраняется просто всегда. И что-то такое, чтобы кто-то сказал «нет, у нас такие доверительные отношения» - такого еще ни разу не было. Все равно: доверяй, но проверяй.»*

Еще одним аспектом выстраивания доверительных отношений является наличие специфических коммуникативных навыков. Четкая проработка плана переговоров, подготовка аргументов, понимание допустимых уступок – это инструмент, который помогает не только частично нивелировать неопределенность, но и усиливает возможность отстаивать свою позицию. Это в свою очередь навык, необходимый для того, чтобы заслужить уважение и доверие со стороны китайских партнеров: *«Здесь вопрос настойчивости, потому что китайцы, они в любых переговорах, если они начинают уводить тебя, а ты начинаешь им потакать, то они очень быстро тебя съедают. У меня есть такое ощущение, что они очень уважают жесткость и силу, если ты проявляешь слабость, то все»*. Умение стоять на своем, по мнению респондентов, является одним из важнейших коммуникативных навыков. Поскольку на основании их опыта для эффективной коммуникации, в том числе для формирования доверия, в общении с китайцами необходимо уметь отстаивать свои позиции, аргументировать, не идти на поводу и не прогибаться.

Высокий уровень неопределенности

Высокий уровень неопределённости связан с несколькими аспектами деловых взаимоотношений. Во-первых, неопределенность возникает из-за отсутствия знаний китайского языка и культуры в целом. Только 1 респондент использовал китайский язык для делового общения. Остальные респонденты, не зависимо от должности и опыта работы с китайской стороной, не имели никаких предварительных знаний о Китае. Интересен тот факт, что и после начала работы с партнерами из Китая, или в китайской компании, только один респондент предпринимал попытку изучения языка, а двое интересовались и дополнительно читали о культуре или истории Китая. Несмотря на это все респонденты отмечают, что знание культурных особенностей, знакомство с историей и знание языка могут помочь в работе с Китаем и улучшить коммуникацию с китайцами.

Во-вторых, неопределенность, по мнению респондентов, связана с косвенным стилем коммуникации китайцев. 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: *«Очень часто они не готовы дать реальное объяснение какой-то ситуации, которая происходит. При том, что, понимая реальную ситуацию, ты можешь скоординировать свои действия, а они об этом вообще никак не думают, ... они все равно упираются и не говорят правду».*

Интересно, что русские респонденты при этом пользуются такими терминами, как «лицо» и «долгосрочные отношения», присваивая их русской ментальности, и противопоставляя китайской. Несколько раз в интервью звучит такие фразы, как *«их вообще не волнует, как они будут выглядеть...»*, при этом имеются в виду последствия поступков. Получается интересный парадокс и подмена понятий – в глазах русских китайцы не заботятся о «лице» и не стремятся выстроить долгосрочных отношений. Напротив, в контексте деловых взаимоотношений китайцы в глазах русских выглядят прагматичными, нацеленными на сиюминутную выгоду: *«Если выгодный контракт, китаец его подпишет за неделю, если ему это не выгодно, он будет кормить завтраками, рассказывать, что у нас все получится, выражать респект свой, уважение, но будет оттягивать процесс. А русские думают, если ударили по рукам, то все, договорились. Ударили по рукам, то русский будет максимально стараться выполнить свое обещание, чтобы не потерять лицо».*

Эмоциональные трудности

В процессе деловой коммуникации с китайцами русские сталкиваются с большим количеством эмоциональных трудностей. С одной стороны, респонденты испытывали тревожность и стресс в процессе общения из-за трудностей понимания и различий в коммуникативном поведении: *«Работа с китайцами — это сплошной стресс, это всегда стресс, мне так кажется. И этот стресс ты можешь контролировать, меняя отношение к тем или иным вещам, можно контролировать уровень стресса. Не хотят если воспринимать очевидное, то нужно найти какие-то другие аргументы».*

В основном такие реакции как раздражение сопутствовали переговорным ситуациям, включающим в себя косвенный стиль коммуникации и долгое время, которое приходится тратить для достижения договоренностей.

С другой стороны, отмечалось, что респондентам часто приходилось контролировать свои эмоции, поскольку зачастую открытое выражение эмоций, как негативных, так и позитивных, принятое в русской культуре, воспринималось китайскими партнерами с настороженностью: *«Китайцы очень сдержанные, поэтому я тоже себя сдерживаю, нахожу какую-то лексику, не очень демонстрирую эмоции, потому что они это просто не поймут и не поддержат»*.

Обобщая полученные данные, можно сказать, что русские, говоря о деловом взаимодействии с китайцами, наблюдают противоречивые поведенческие и коммуникативные паттерны. Такие парадоксы, предположительно, влияют на уровень неопределённости и тревожности, и, как следствие, порождают недоверие.

Первый парадокс — это ориентация китайцев на отношения, необходимость в неформальных встречах, долгий процесс принятия решений. 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.

На последнем этапе анализа мы ввели две дополнительные категории — сохранение «лица» и потеря «лица», чтобы проанализировать контексты, в которых присутствовала данная категория, поскольку темы репутации и «лица» звучали

достаточно часто. Мы построили таблицы совместной встречаемости (co-occurrence table) для всех кодов с категориями «потеря лица» и «сохранение лица». После того, как мы исключили наименее встречаемые совпадения, мы построили диаграмму Сенкей (Sankey diagram) для визуализации полученных связей, которая отражает частоту совместной встречаемости кодов и этих двух категорий. Соответственно, наиболее часто встречаемые совпадения обозначены жирными линиями, менее встречаемые – более тонкими линиями. Анализ частотности совместной встречаемости кодов с этими категориями представлены на Рисунке 4.

Согласно результатам анализа, основная категория, связанная с воспринимаемой потерей «лица» - проявление негативных эмоций в коммуникации с китайцами. Экспрессивный стиль общения, прямое высказывание критики зачастую приводят к потере «лица» в коммуникации.

Вместе с тем, за счет специфики контекста, в деловом взаимодействии изменение договоренностей связано с потерей «лица». В ряде случаев это было связано с тем, что изменения, инициированные со стороны китайских партнеров, приводили к репутационной угрозе для российских компаний. Однако, респонденты отмечали, что в деловой коммуникации пересмотр и изменение договоренностей в принципе воспринимается как потеря «лица», и является нарушением принципа «сказал – сделал». Интересно, что в некоторых случаях такая ситуация возникает по причине неправильной интерпретации косвенного стиля коммуникации китайцев. То есть русские могут преждевременно сделать выводы о достигнутой договоренности, не принимая в расчет тот факт, что эксплицитное согласие может в том числе означать косвенный отказ.

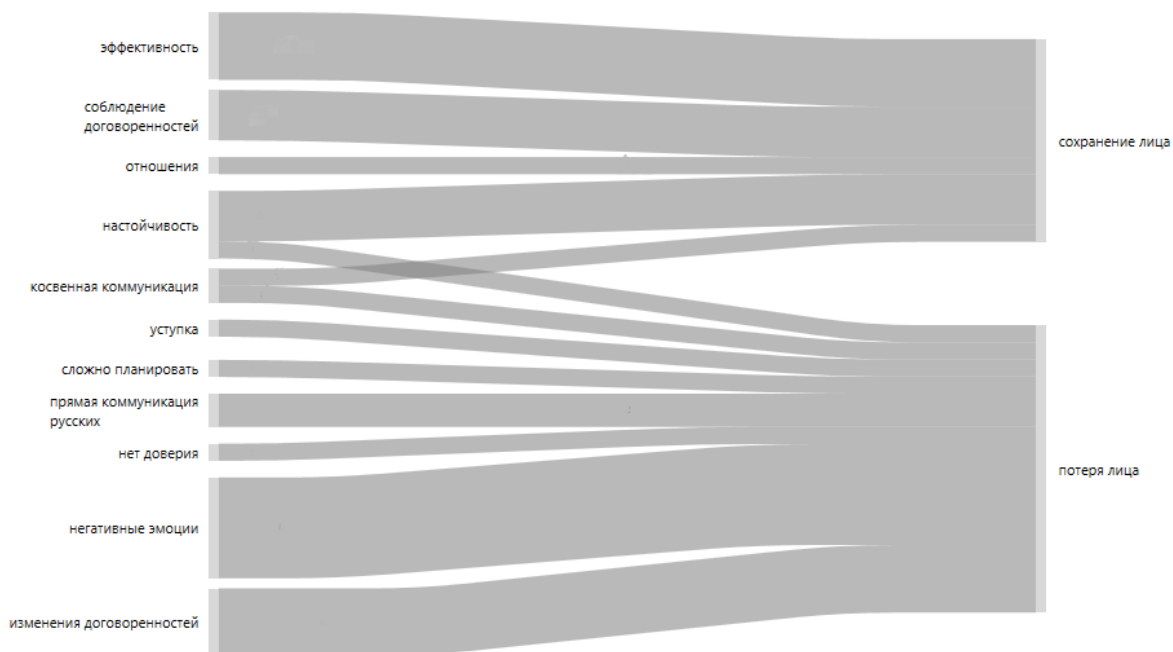


Рисунок 4. Совместная встречаемость кодов с восприятием сохранения и потери «лица»

Две менее выраженные категории одновременно связаны и с сохранением, и с потерей «лица» - косвенная коммуникация и настойчивость в переговорах. Косвенная коммуникация воспринимается как способ сохранения «лица», когда высказывается критика или обсуждаются определенные чувствительные темы. Однако, непрямой стиль коммуникации, который приводит к непониманию или скрытию информации, воспринимается как потеря «лица».

Категория эффективности, которая в большей степени связана с сохранением «лица», подразумевает ориентацию на сотрудничество, результат. То есть переговоры, в том числе конфликтные, когда разногласия преодолеваются и принимается удовлетворяющее обе стороны взаимовыгодное решение, могут послужить способом сохранения «лица».

Кроме того, хочется отметить, что в восприятии русских присутствуют некоторые парадоксы в поведении китайцев, которые, предположительно влияют на уровень неопределенности и тревожности, а как следствие порождают недоверие. Первый парадокс — это ориентация китайцев на отношения,

необходимость в неформальных встречах, долгое общение до принятия решений, и в то же время они сохраняют дистанцию, четко разделяют «своих» и «чужих», разграничивают деловое и дружеское общение. Второй парадокс – это постоянные изменения, несоблюдение договоренностей, и отсутствие полной информации, а в то же время желание выстроить долгосрочные отношения, уважение к тому, кто умеет отстаивать свою точку зрения. Третий парадокс – это опять же желание выстраивать долгосрочные отношения и вместе с тем видимый прагматизм, поиск наиболее быстрых и выгодных путей, за счет чего, по мнению респондентов, страдает «лицо».

Таким образом, результаты анализа интервью показывают, что в процессе межкультурной деловой коммуникации для русских важна репутация и сохранение «лица». Различия в коммуникативных стилях и паттернах поведения могут способствовать некорректной интерпретации мотивов и намерений со стороны китайцев, что создает ощущение неопределённости и тревожности. Вместе с тем эксплицитное проявление негативных эмоций русскими может пагубно сказаться на восприятии их китайской стороной и навредить репутации.

2.2 Исследование роли стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии

Цель данного исследования заключалась в выявлении роли стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии, а также выявлении индивидуально-личностных предикторов выбора этих стратегий. На основании аналитического обзора литературы были сформулированы гипотезы о взаимосвязи индивидуальных ценностей со стратегиями сохранения «лица» и коммуникативным поведением, влиянии контекста коммуникации на выбор стратегий сохранения «лица», а также взаимосвязи стратегий сохранения «лица», коммуникативного поведения и эффективности деловой коммуникации.

Дизайн и процедура исследования роли стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном деловом взаимодействии

Исследование имело кросс-секционный одновыборочный дизайн. Сбор данных представлял собой единовременное измерение. Каждый участник заполнял опросник о своем опыте взаимодействия с представителем своей или другой культуры. В случае межкультурной коммуникации, участникам было необходимо указать культурную принадлежность своего партнера по коммуникации. В опроснике стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения участнику было необходимо вспомнить конфликтную ситуацию взаимодействия в деловом контексте, поскольку конфликт, как мы обсуждали выше, является одним из видов ситуаций, угрожающих «лицу» и наиболее эффективно с методологической точки зрения отражает потребность в управлении «лицом» (Oetzel, 2001). Таким образом, участники отвечали на вопросы, связанные с их коммуникативным поведением и стратегиями сохранения «лица» в недавней конфликтной ситуации с представителями своей или другой культуры в деловом общении. После этого участники заполняли опросники индивидуальных ценностей. Независимыми переменными были контекст взаимодействия, индивидуальные ценности, личностные характеристики (пол, возраст) респондента, а также личностные характеристики партнеров по коммуникации (пол, статус). Зависимыми переменными были стратегии сохранения «лица», коммуникативное поведение и показатели эффективности коммуникации.

Опросник был представлен на русском языке в электронном виде на платформе 1ka.su и распространен среди сотрудников компании по внутрикорпоративной рассылке. Распространение опросника происходило путем обращения в компании через HR-специалистов. Такой способ сбора данных представлял возможность получить доступ к сотрудникам крупных российских и международных компаний, имеющих большой опыт взаимодействия в деловой среде, а также обеспечил довольно высокие возврат и качество анкет. Стоит отметить, что никаких отчетов по результатам проведенного опроса в компании

предоставлено не было, а участие в опросе было анонимным, что позволяло снизить социальную желательность. Однако, в то же время такой способ сбора накладывал некоторые ограничения. Требованием со стороны hr-специалистов было ограниченное время прохождения опросника – не более 20 минут. В связи с этим, не было возможности предложить в одну и ту же компанию оба варианта опросника – касающегося моно- или межкультурного взаимодействия. В качестве вознаграждения за участие в исследовании респонденты могли посетить внутрикорпоративный бесплатный мастер-класс на тему, связанную с коммуникацией. Ссылка на регистрацию на мероприятие была доступна после прохождения опроса, что также гарантировало анонимность участия в исследовании.

Анализ статистической мощности

Для определения необходимого размера выборки мы провели анализ статистической мощности. В программе G*Power 3.1 был установлен уровень $\alpha = 0,05$ и $power = 0,80$ (Faul et al., 2009), указаны 5 предикторов. Необходимое количество респондентов по результатам анализа статистической мощности составило 102 человека – минимальный размер выборки для проверки поставленных гипотез.

Выборка исследования роли стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном деловом взаимодействии

Эмпирическую базу исследования составили результаты проведенного анонимного онлайн-опроса в России. В общую выборку исследования вошли 363 человека – русские сотрудники международных и российских компаний: 185 женщин и 178 мужчин, в возрасте от 27 до 45 лет, средний возраст составил 33 года ($SD=7,2$). Привлечение респондентов осуществлялось через обращение в компании. В общей сложности в исследовании приняли участие сотрудники 17 международных и российских компаний (Яндекс, Kaspersky, Nexign и др).

Для анализа моно- и межкультурного контекстов взаимодействия на основе данной выборки были сформированы две подвыборки:

(1) менеджеры, которые взаимодействуют с партнерами в монокультурном контексте, - 137 человек, 56 мужчин и 81 женщина, возраст $M=33$, $SD=7,5$;

(2) менеджеры, которые взаимодействуют с партнерами в межкультурном контексте, - 226 человек, 129 мужчин и 97 женщин, возраст $M=33$, $SD=7,3$. Все респонденты имели большой опыт взаимодействия с иностранными коллегами и партнерами. В итоге получилось, что в межкультурном контексте русские респонденты описывали свое поведение в ситуации взаимодействия с представителями 28 стран: СНГ (15 человек), Азия (49 человек), Африка (13 человек), Северная Америка (19 человек), Западная Европа (104 человека), Южная Европа (24 человека). При этом основной язык общения в межкультурном контексте – английский (80,5%), второй по частоте – русский (12,8%), остальные – национальные языки реципиента.

Процедура исследования роли стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном деловом взаимодействии

Инструментарий исследования

Для измерения стратегий сохранения «лица» и паттернов коммуникативного поведения был использован опросник стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения (Oetzel, Ting-Toomey, 2003). Опросник состоит из 34 утверждений и включает в себя 6 шкал: стратегия сохранения собственного «лица» (Self-face, далее SF), стратегия сохранения совместного «лица» (Mutual-face, далее MF), стратегия сохранения «лица» другого (Other-face, далее - OF), доминирование, избегание, кооперация.

Респонденту предлагалось вспомнить реальную конфликтную ситуацию в деловой среде и ответить на вопросы, касающиеся его поведения в данной ситуации. Конфликт в данной методике рассматривается как одна из разновидностей ситуации, угрожающей «лицу». Кроме того, необходимо было указать статус и пол собеседника, а в варианте опросника, посвященном межкультурному контексту, также необходимо было указать культурную принадлежность собеседника.

Опросник был переведен на русский язык и адаптирован к российской выборке. Процедура адаптации осуществлялась с использованием техник прямого и обратного перевода двумя независимыми переводчиками и когнитивного интервью (n=8) методом “think-aloud” (рассуждения вслух) (Willis, 2004). Для всех пунктов использовалась 5-ти бальная шкала Ликерта, где 1 – «полностью не согласен», 5 – «полностью согласен».

Валидность опросника была проверена с помощью конфирматорного факторного анализа. Результаты анализа показали соответствие рекомендованным условиям: $\chi^2(13, N=363) = 151.23, p < .001$, CFI/TLI = .93 / .89, RMSEA [90% CI] = .09 [.06, .15]. В результате была показана достаточно высокая надежность шкал: для self-face – 5 вопросов, $\alpha = 0,84$, пример вопроса: *«Я хотел сохранить свое достоинство перед другим человеком»*; для mutual-face - 4 вопроса, $\alpha=0,87$, пример вопроса: *«Для меня было важно, чтобы мы могли сохранить хорошее впечатление друг о друге»*; для other-face - 5 вопросов, $\alpha=0,78$, пример вопроса: *«Я старался вести себя скромней, чтобы мой коллега чувствовал себя комфортно»*; доминирование - 8 вопросов, $\alpha=0,72$, пример вопроса: *«Я накричал на своего собеседника»*; избегание - 6 вопросов, $\alpha=0,66$, пример вопроса: *«Я согласился с собеседником, чтобы не провоцировать конфликт»*; кооперация - 6 вопросов, $\alpha=0,78$, пример вопроса: *«Я пытался вместе с партнером найти решение, приемлемое для нас обоих»*.

После ответов на вопросы шкалы, респондентам также предлагалось оценить, насколько они остались удовлетворены результатом взаимодействия, о котором шла речь, и насколько они готовы продолжить общение с этим человеком. Оба показателя измерялись по 10-бальной шкале Ликерта, где 1 – «не удовлетворен», 10 – «удовлетворен».

Таким образом, для измерения успешности деловой коммуникации были использованы две шкалы – удовлетворенность коммуникацией (3 вопроса) и желание продолжить общение (1 вопрос).

Для измерения индивидуальных ценностей мы использовали короткую версию опросника Ш. Шварца PVQ-21 (Шварц и др., 2012). Опросник состоит из

21 пункта. В рамках данного исследования мы рассматривали четыре ценности высокого порядка: Сохранение, Открытость изменениям, Самоутверждение и Самопреодоление, а также 10 базовых ценностей. Использовалась 6-балльная шкала Ликерта, где 0 = Совсем не похож на меня, 6 = Очень похож на меня. Пример вопроса для ценностей Сохранения: *«Для него важно соблюдать все законы»* ($\alpha=0,81$). Пример вопроса для ценностей Открытости к изменениям: *«Свобода действий важна для него»* ($\alpha=0,87$). Пример вопроса для ценностей Самоутверждения: *«Быть тем, кто указывает другим, что делать, важно для него»* ($\alpha=0,88$). Пример вопроса для ценностей Самопреодоления: *«Для него важно принимать людей, даже если он с ними не согласен»* ($\alpha=0,86$).

Социально-демографические характеристики. Респонденты указывали свой пол и возраст, а также пол и статус партнёра по коммуникации. Поскольку мы анализировали деловую коммуникацию, участники указывали статус партнера по коммуникации – руководитель, подчиненный или равный статус. Бланк опросника представлен в Приложении 1.

Методы статистической обработки и анализа данных

При математико-статистической обработке данных использовались: коэффициент α -Кронбаха для проверки надежности шкал, критерий Колмогорова-Смирнова для оценки характера распределения.

Для проверки ответа на исследовательский вопрос RQ1 мы использовали t-критерий Стьюдента для сравнения средних и ANOVA для межгруппового сравнения средних. При проверке Гипотезы 1 и 2 мы провели анализ инвариантности для проверки точности методик в разных культурных контекстах с помощью мультигруппового анализа, путевой анализ для выявления связей между исследуемыми переменными. Для ответа на исследовательский вопрос RQ2 мы провели анализ медиации. В качестве программного обеспечения использовались статистические пакеты IBM SPSS 27.0 и статистическая среда R.

Результаты исследования роли стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном деловом взаимодействии

В данной работе исследовалась роль стратегий сохранения «лица» в процессе делового взаимодействия. Рассматривались межкультурный и монокультурный контексты взаимодействия с целью выявить особенности выбора стратегий сохранения «лица» и паттернов коммуникативного поведения при общении с представителями своей и других культур. Необходимо отметить, что мы изучали не установки, а реальный опыт поведения в коммуникации с представителями своей или другой культур в деловом взаимодействии.

Сравнительный анализ выбора стратегий сохранения «лица»

На первом этапе мы сравнили предпочитаемые стратегии сохранения «лица» в монокультурном и межкультурном контексте. Респонденты оценивали свое поведение в реальном деловом конфликте с русскими или иностранцами, при этом контролировались пол и возраст респондента, а также статус и пол партнера по коммуникации.

Различия в выборе стратегии сохранения «лица» по полу респондента мы анализировали при помощи t-критерия для сравнения независимых выборок. По результатам анализа стратегия сохранения собственного «лица» (self-face) ярче выражена у женщин $t(350)=2,988$, $p=0,003$, с размером эффекта $d=0,319$, $r=0,157$. Различия по возрасту респондентов оказались не значимы. Кроме того, мы проверяли различия в выборе стратегии сохранения «лица» в процессе общения с руководителем, подчиненным или равным по статусу реципиентом. Однако эти различия были статистически не значимы.

Далее при помощи многомерного дисперсионного анализа мы исследовали влияние контекста взаимодействия (монокультурный и межкультурный) на выбор стратегии сохранения «лица» (self-face – далее SF; other-face – далее OF; mutual-face -далее MF).

Мы сравнивали соотношение разных стратегий сохранения «лица» по контекстам с помощью *rmANOVA*, где внутрисубъектным фактором выступает «лицо» (SF, OF, MF), а межгрупповым – контекст (монокультурный и

межкультурный). Согласно критерию Бокса ($M_{\text{Бокса}}=16,276$, $F(6)=2,685$, $p=0,013$) и критерию сферичности Моучли ($W_{\text{Моучли}}=0,932$, $p<0,001$), адекватным будет применение критерия Грингауза-Гайссера. Поэтому степени свободы были скорректированы с использованием оценок сферичности Гринхаус-Гейссера ($\varepsilon = 0,93$). Значения t-критерия берем для неравных дисперсий, поскольку дисперсия для межкультурного контекста по критерию Ливиня больше.

По результатам *rmANOVA* различаются приоритеты выбора стратегий сохранения «лица», а также есть взаимодействие факторов «лицо»-контекст взаимодействия. Результаты анализа представлены в Таблице 1.

Таблица 1. Сравнение стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном контекстах делового взаимодействия

	Монокультурный контекст		Межкультурный контекст		F(1)	η^2	MS	p
Переменные	N	M (SD)	N	M (SD)				
SF	131	3,97 (0,64)	240	3,83 (0,79)	2,714	0,008	1,418	0,100
OF	131	3,28 (0,78)	240	3,82 (0,74)	45,299	0,115	24,274	0,000
MF	131	3,90 (0,85)	240	4,35 (0,76)	26,797	0,071	16,312	0,000

Примечание: SF – сохранение своего «лица», OF – сохранение «лица» другого, MF – сохранение общего «лица».

Результаты анализа показали, что стратегии совместного «лица» и сохранения «лица» другого значимо сильнее выражены в межкультурном контексте. Стратегия сохранения собственного «лица» менее выражена в межкультурном, по сравнению с монокультурным контекстом (Рисунок 5). Таким образом, мы выявили значимые различия между двумя стратегиями сохранения «лица» в моно- и межкультурном контекстах взаимодействия. Эти результаты показывают, что выбор стратегии сохранения «лица» в деловом взаимодействии зависит от контекста взаимодействия.

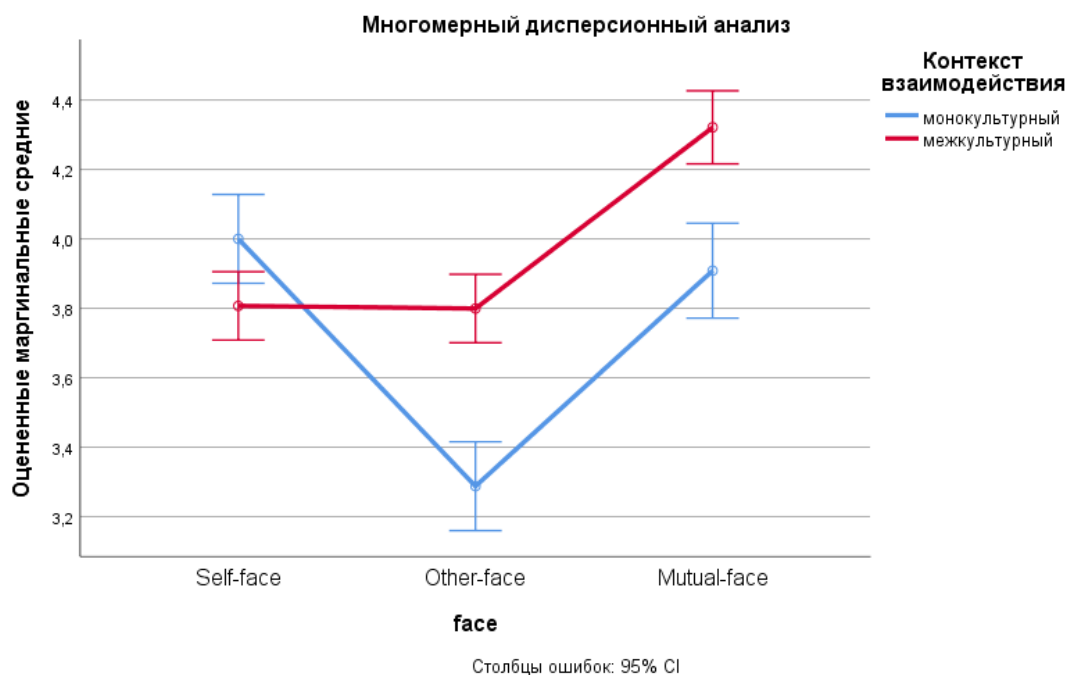


Рисунок 5. Сравнение стратегий сохранения «лица» в моно- и межкультурном контекстах делового взаимодействия

Примечание: Self-face – сохранение собственного «лица», Other-face – сохранение «лица» другого, Mutual-face – сохранение совместного «лица».

Далее мы сравнивали приоритеты в выборе стратегий сохранения «лица» в межкультурном контексте. Результаты анализа показали значимые различия между стратегиями сохранения собственного «лица» и совместного «лица», а также между стратегиями сохранения совместного «лица» и сохранения «лица» другого. Различия между стратегиями сохранения собственного «лица» и «лица» другого в межкультурном контексте не значимы (Таблица 2).

Таблица 2. Результаты сравнения стратегий сохранения «лица» в межкультурном контексте

Переменные	M	SD	t(220)	p	Cohen's d
SF-OF	.007	.894	.125	.900	.759
MF-SF	.514	.840	9.097	.000	.779
OF-MF	.537	.702	- 11.395	.000	.751

Примечание: Self-face – сохранение собственного «лица», Other-face – сохранение «лица» другого, Mutual-face – сохранение совместного «лица»; * $p < .05$. ** $p < .01$.

Таким образом, в деловой коммуникации с представителем другой культуры в ситуации, угрожающей «лицу», русские менеджеры более склонны использовать стратегию сохранения совместного «лица», нежели стратегии сохранения собственного «лица» и «лица» другого.

На следующем этапе мы сравнивали приоритеты в выборе стратегий сохранения «лица» в монокультурном контексте. Результаты анализа показали значимые различия между стратегией сохранения собственного «лица» и стратегией сохранения «лица» другого, а также между стратегией сохранения совместного «лица» и стратегией сохранения «лица» другого. Различия между стратегиями сохранения собственного «лица» и совместного «лица» в монокультурном контексте не значимы (Таблица 3).

Таблица 3. *Результаты сравнения стратегий сохранения «лица» в монокультурном контексте*

Переменные	M	SD	t(130)	p	Cohen's d
SF-OF	.712	.890	9.159	.000	.717
MF-SF	-.091	.928	-1.129	.261	.756
OF-MF	-.620	.794	-8.950	.000	.818

Примечание: Self-face – сохранение собственного «лица», Other-face – сохранение «лица» другого, Mutual-face – сохранение совместного «лица»; * $p < .05$. ** $p < .01$.

Таким образом мы выявили приоритеты в выборе стратегий сохранения «лица» в монокультурном контексте. При общении с представителем своей культуры русские сотрудники склонны использовать стратегии сохранения собственного или совместного «лица», но не «лица» другого.

Индивидуальные предикторы стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения

Для проверки второй гипотезы данной работы о взаимосвязи индивидуальных ценностей, стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения был использован путевой анализ. Концептуальная модель представлена на Рисунке 6.

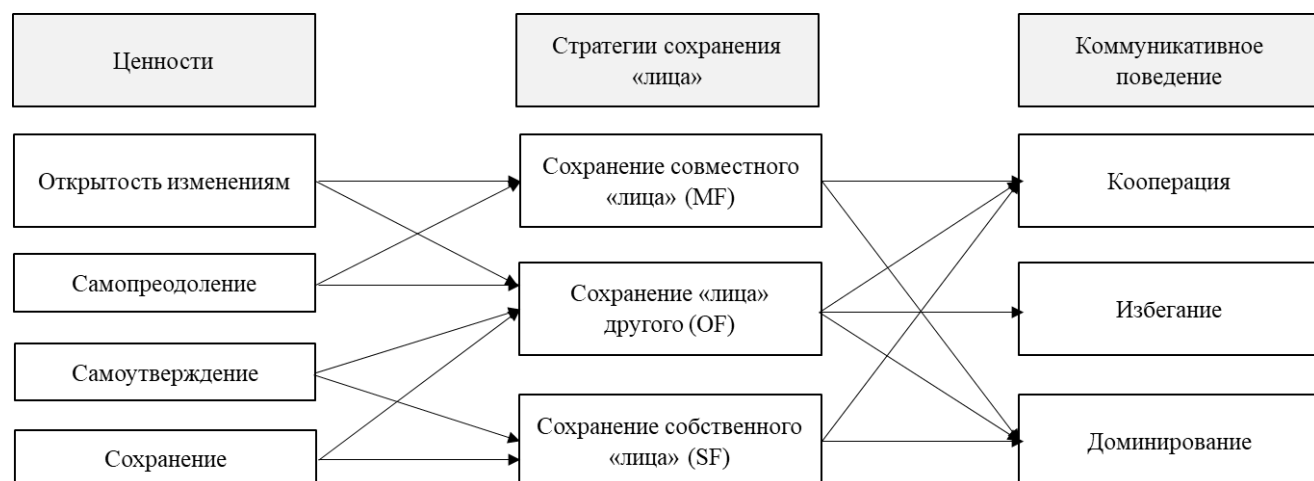


Рисунок 6. Концептуальная модель влияния индивидуальных ценностей на коммуникативное поведение с учетом стратегии сохранения лица

На Рисунке 7 представлена путевая модель взаимосвязи индивидуальных ценностей, стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения. Характеристики модели указывают на ее хорошее соответствие эмпирическим данным: $\chi^2/df = 3,841$, CFI = 0,996, RMSEA = 0,080, SRMR = 0,011, PCLOSE = 0,158.

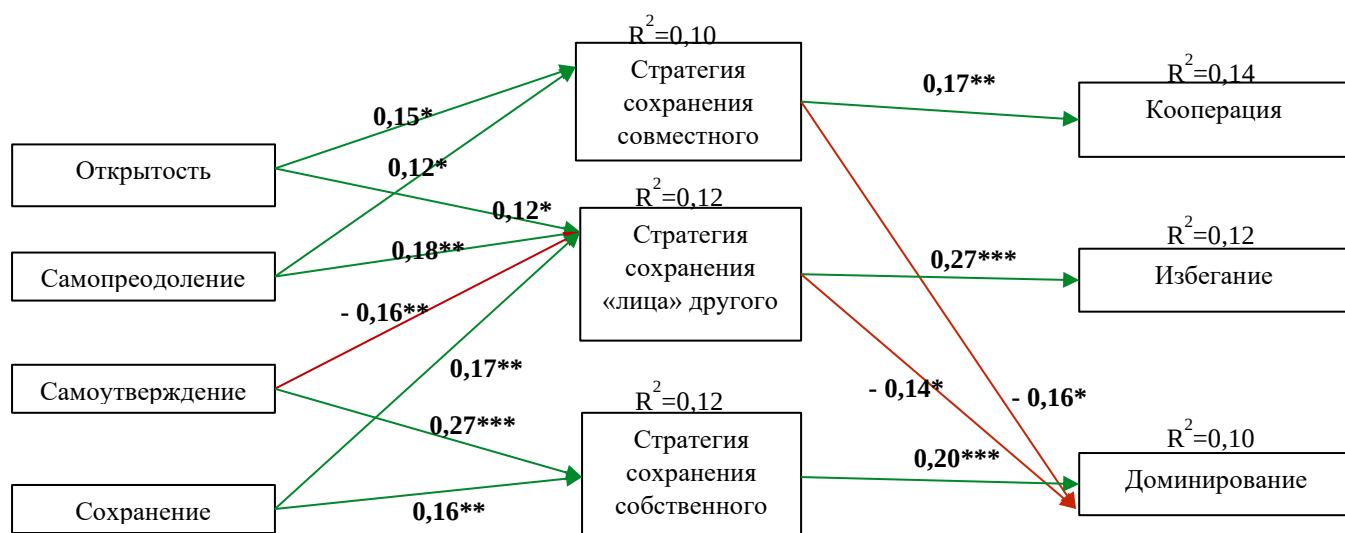


Рисунок 7. Путевая модель взаимосвязи индивидуальных ценностей, стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения

Примечание: $\chi^2/df = 3,841$, CFI = 0,996, RMSEA = 0,080, SRMR = 0,011, PCLOSE = 0,158;
*- p<0,05; ** - p<0,01; *** - p<0,001.

Результаты анализа показали, что ценности Открытости изменениям положительно связаны со стратегиями сохранения совместного «лица» ($\beta = 0,15$, $p < 0,05$) и «лица» другого ($\beta = 0,12$, $p < 0,05$). Ценности Самопреодоления положительно связаны со стратегиями сохранения совместного «лица» ($\beta = 0,12$, $p < 0,05$) и «лица» другого ($\beta = 0,18$, $p < 0,01$). Ценности Самоутверждения положительно связаны со стратегией сохранения собственного «лица» ($\beta = 0,27$, $p < 0,001$) и отрицательно со стратегией сохранения «лица» другого ($\beta = -0,16$, $p < 0,01$). Ценности Сохранения положительно связаны со стратегиями сохранения собственного «лица» ($\beta = 0,16$, $p < 0,01$) и «лица» другого ($\beta = 0,17$, $p < 0,01$).

Стратегия сохранения совместного «лица» положительно связана с кооперацией ($\beta = 0,17$, $p < 0,01$) и отрицательно связана с доминированием ($\beta = -0,16$, $p < 0,05$). Стратегия сохранения «лица» другого положительно связана с избеганием ($\beta = 0,27$, $p < 0,001$) и отрицательно с доминированием ($\beta = -0,14$, $p < 0,05$). Стратегия сохранения собственного «лица» положительно связана с доминированием ($\beta = 0,20$, $p < 0,001$). Данные результаты подтверждают Гипотезы 1, 1а, 1б, 1в.

На следующем этапе мы провели мультигрупповой анализ, для сравнения взаимосвязей индивидуальных ценностей, стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения в моно- и межкультурном контекстах. В таблице 4 представлены статистики согласия моделей мультигруппового анализа влияния индивидуальных ценностей на коммуникативное поведение при учете стратегий сохранения «лица».

Таблица 4. Статистики согласия моделей мультигруппового моделирования, полученная при помощи путевого анализа влияния индивидуальных ценностей на коммуникативное поведение при учете стратегий сохранения «лица» (межкультурный и монокультурный контекст взаимодействия)

Модель инвариантности	CFI	Δ CFI	RMSEA	PCLOSE	AIC	Хи-квадрат	Степени свободы	p
Конфигурационная	0,971		0,038	0,881	204,94	48,94	32	0,028

Метрическая	0,961	0,01	0,036	0,891	193,33	73,33	50	0,017
Скалярная	0,972	0,01	0,028	0,983	176,64	76,64	60	0,072

Примечание: CFI – сравнительный индекс соответствия; RMSEA – корень среднеквадратической ошибки аппроксимации; AIC — информационный критерий Акаике.

В целях упрощения визуализации модель путевого анализа для монокультурного контекста приведена на Рисунке 8, для межкультурного контекста на Рисунке 9.

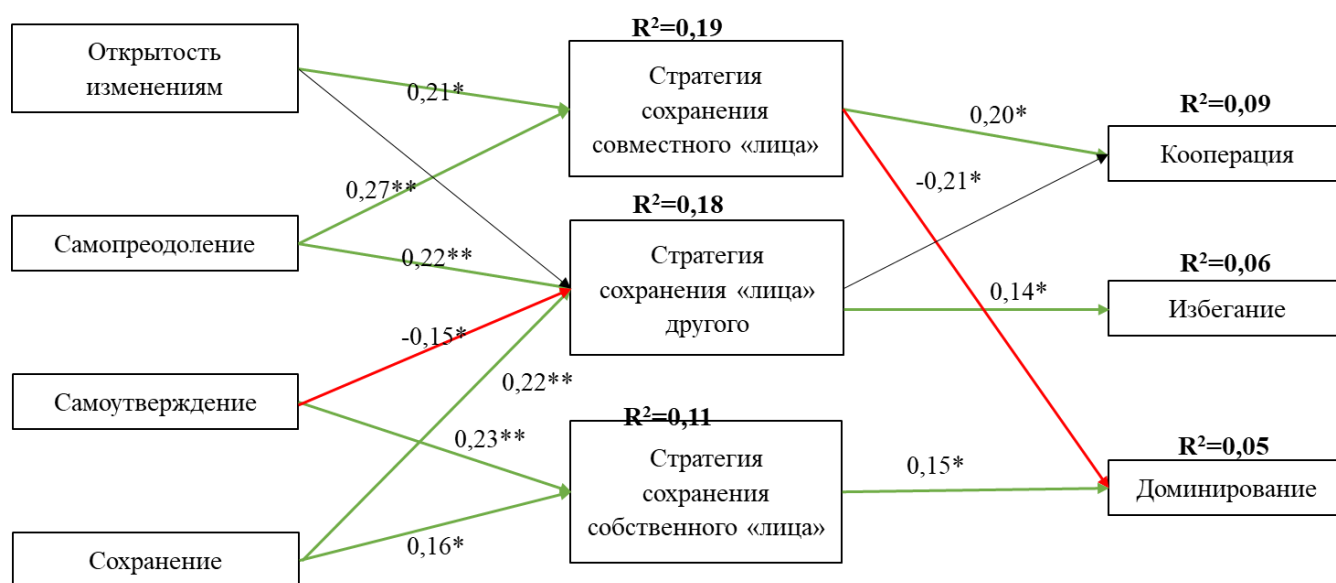


Рисунок 8. Путевая модель взаимосвязи индивидуальных ценностей, стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения (монокультурный контекст взаимодействия)

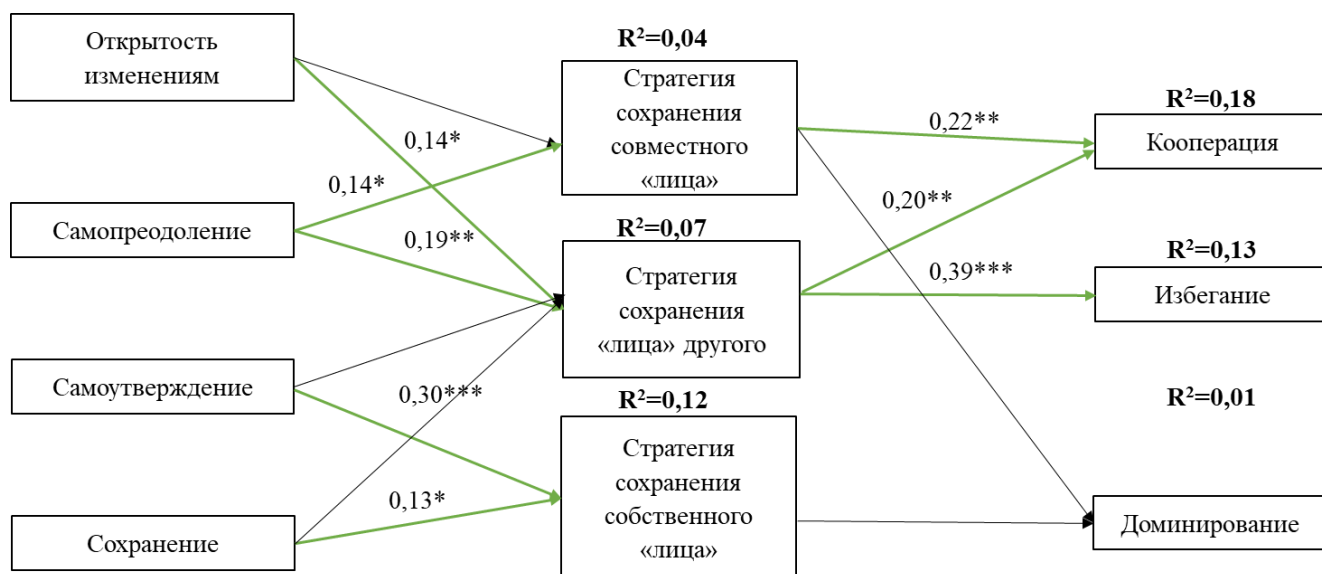


Рисунок 9. Путь модель взаимосвязи индивидуальных ценностей, стратегий сохранения «лица» и коммуникативного поведения (межкультурный контекст взаимодействия)

Результаты анализа показали, что ценности Открытости изменениям положительно связаны с сохранением совместного «лица» в монокультурном контексте ($\beta = 0,21$, $p < 0,05$) и сохранением «лица» другого в межкультурном контексте ($\beta = 0,14$, $p < 0,05$). Ценности Самопреодоления положительно связаны со стратегией сохранения «лица» другого в межкультурном контексте ($\beta = 0,19$, $p < 0,01$) и в монокультурном контексте ($\beta = 0,22$, $p < 0,01$), а также положительно связаны со стратегией сохранения совместного «лица» в монокультурном ($\beta = 0,27$, $p < 0,01$) и межкультурном ($\beta = 0,14$, $p < 0,05$) контекстах. Ценности Самоутверждения отрицательно связаны с сохранением «лица» другого ($\beta = -0,15$, $p < 0,05$), положительно связаны с сохранением собственного «лица» ($\beta = 0,23$, $p < 0,01$) в монокультурном контексте, а также со стратегией сохранения собственного «лица» в межкультурном ($\beta = 0,30$, $p < 0,001$) контексте. Ценности Сохранения положительно связаны со стратегией сохранения «лица» другого в монокультурном контексте ($\beta = 0,22$, $p < 0,01$), а также с сохранением собственного «лица» в монокультурном ($\beta = 0,16$, $p < 0,05$) и межкультурном ($\beta = 0,13$, $p < 0,05$) контекстах.

Стратегия сохранения совместного «лица» положительно связана с кооперацией в межкультурном ($\beta = 0,22, p < 0,01$) и монокультурном ($\beta = 0,20, p < 0,05$) контекстах, а также отрицательно связана с доминированием ($\beta = -0,21, p < 0,05$) в монокультурном контексте. Стратегия сохранения «лица» другого связана с кооперацией ($\beta = 0,20, p < 0,01$) в межкультурном контексте и избеганием в межкультурном ($\beta = 0,39, p < 0,001$) и монокультурном ($\beta = 0,14, p < 0,05$) контекстах. Стратегия сохранения собственного «лица» положительно связана с доминированием в монокультурном контексте ($\beta = 0,15, p < 0,05$).

Проанализировав возможные пути медиационных эффектов, мы обнаружили, что стратегии сохранения «лица» опосредуют взаимосвязь между индивидуальными ценностями и коммуникативным поведением, однако эти эффекты различны в моно- и межкультурном контекстах взаимодействия. Результаты представлены в Таблице 5.

Таблица 5. Медиационные эффекты стратегий сохранения «лица»

Взаимосвязь	Модель с медиацией					
	Межкультурный			Монокультурный		
	Полный эффект	Прямой эффект	Непрямой эффект	Полный эффект	Прямой эффект	Непрямой эффект
	β	β	β	β	β	β
Открытость изменениям – Стратегия сохранения совместного «лица» - кооперация	0,197**	0,150*	0,047**	0,119	0,028	0,092***
Самопреодоление – Стратегия сохранения «лица» другого - кооперация	0,110	0,038	0,072***	0,312***	0,276***	0,036***
Сохранение – Стратегия сохранения «лица» другого – избегание	0,176*	0,145*	0,031***	0,094	0,033	0,064***
Сохранение – Стратегия сохранения собственного «лица» – доминирование	0,074*	0,076*	-0,002**	-0,033	-0,062	0,028

В монокультурном контексте стратегия сохранения «лица» другого усиливает положительную взаимосвязь между ценностями Самопреодоления и кооперации.

В межкультурном контексте стратегия сохранения совместного «лица» усиливает положительную взаимосвязь между ценностями Открытости и кооперацией. Кроме того, стратегия сохранения «лица» другого усиливает взаимосвязь ценностей Сохранения с избеганием. Стратегия сохранения собственного «лица» усиливает положительную взаимосвязь ценностей Сохранения с доминированием.

Взаимосвязь стратегий сохранения «лица», коммуникативного поведения и эффективности деловой коммуникации

Для проверки Гипотезы 2 о взаимосвязи стратегий сохранения «лица» с паттернами коммуникативного поведения и эффективностью коммуникации был проведен регрессионный анализ. Концептуальная модель представлена на Рисунке 10.

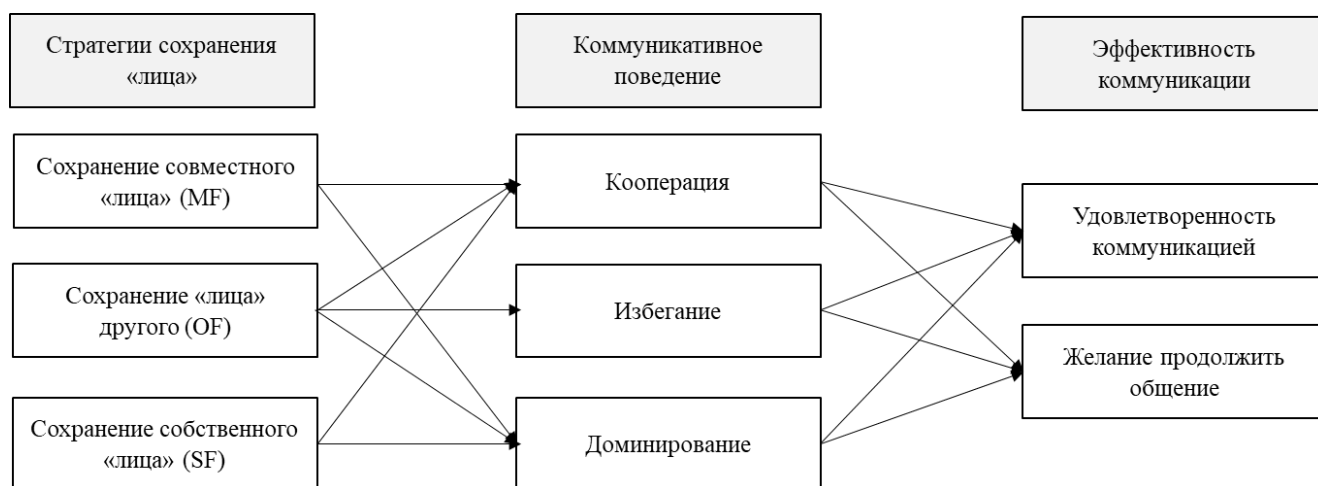


Рисунок 10. Концептуальная модель влияния стратегий сохранения лица на эффективность коммуникации с учетом коммуникативного поведения

На Рисунке 11 представлена модель взаимосвязи стратегий сохранения «лица», коммуникативного поведения и эффективности коммуникации. Характеристики модели указывают на ее хорошее соответствие эмпирическим данным: $\chi^2/df = 0,589$, CFI = 0,979, RMSEA = 0,078, SRMR = 0,024, PCLOSE = 0,132.

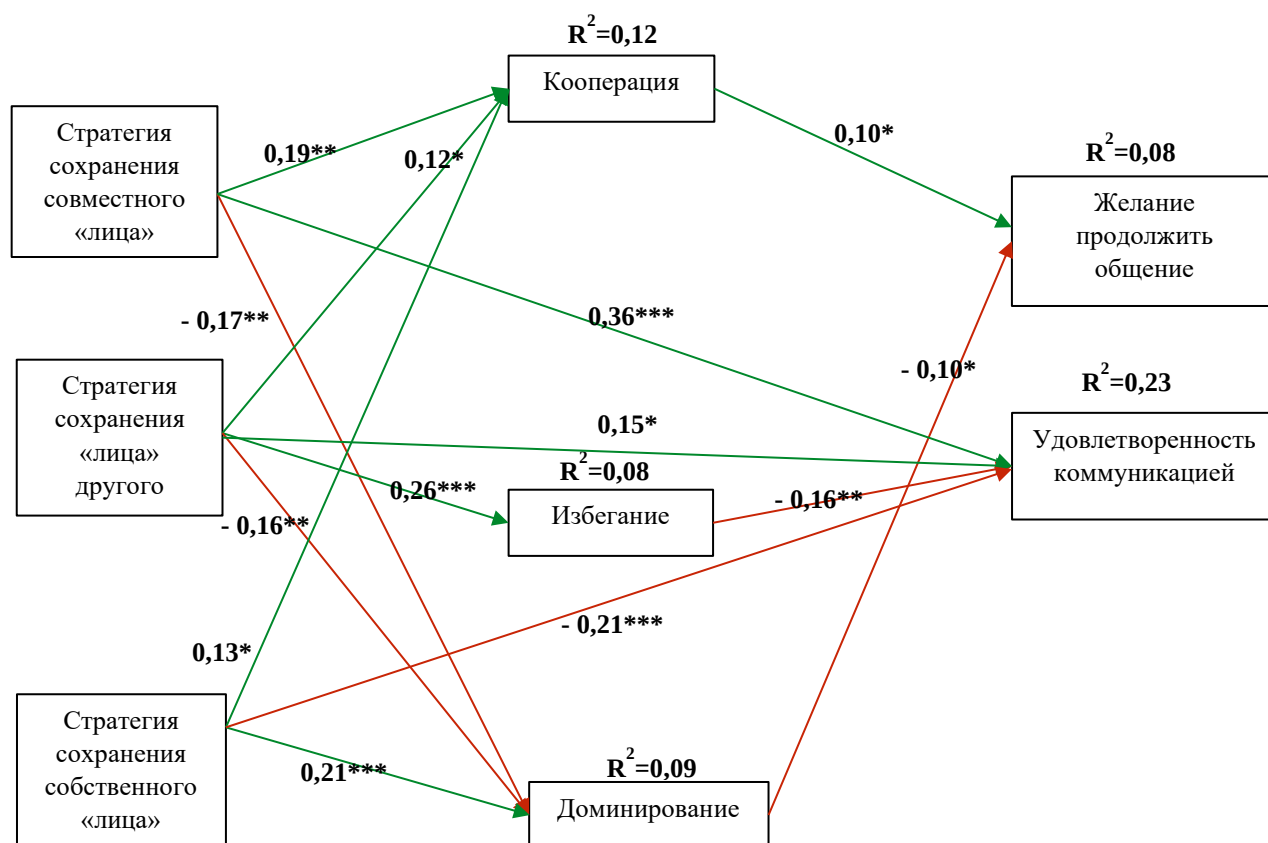


Рисунок 11. Путевая модель взаимосвязи стратегий сохранения «лица», коммуникативного поведения и эффективности коммуникации

Примечание: $\chi^2/df = 0,589$, CFI = 0,979, RMSEA = 0,078, SRMR = 0,024, PCLOSE = 0,132

*- $p < 0,05$; ** - $p < 0,01$; *** - $p < 0,001$

Результаты анализа показали, что стратегия сохранения совместного «лица» положительно связана с кооперацией ($\beta = 0,19$, $p < 0,01$), а также с удовлетворенностью коммуникацией ($\beta = 0,36$, $p < 0,001$) и самоуважением ($\beta = 0,17$, $p < 0,01$), кроме того, она отрицательно связана с доминированием ($\beta = -0,17$, $p < 0,01$).

Стратегия сохранения «лица» другого положительно связана с кооперацией ($\beta = 0,12$, $p < 0,05$) и избеганием ($\beta = 0,26$, $p < 0,001$), а также с удовлетворенностью

коммуникацией ($\beta = 0,15, p < 0,05$), кроме того она отрицательно связана с доминированием ($\beta = -0,16, p < 0,01$).

Стратегия сохранения собственного «лица» положительно связана с кооперацией ($\beta = 0,13, p < 0,05$) и доминированием ($\beta = 0,21, p < 0,001$), а также отрицательно связана с удовлетворенностью коммуникацией ($\beta = -0,21, p < 0,001$).

Кооперация положительно связана с желанием продолжить общение ($\beta = 0,10, p < 0,05$). Избегание отрицательно связано с удовлетворенностью коммуникацией ($\beta = -0,16, p < 0,01$). Доминирование отрицательно связано с желанием продолжить общение ($\beta = -0,10, p < 0,05$).

Кроме того, мы провели мультигрупповой анализ для сравнения взаимосвязей стратегий сохранения «лица», коммуникативного поведения и эффективности взаимодействия в моно- и межкультурном контекстах. В Таблице 6 представлены статистики согласия моделей мультигруппового анализа.

Таблица 6. Статистики согласия моделей мультигруппового моделирования, полученная при помощи путевого анализа стратегий сохранения «лица» на коммуникативное поведение и эффективность взаимодействия (межкультурный и монокультурный контекст взаимодействия)

Модель инвариантности	CFI	Δ CFI	RMSEA	PCLOSE	AIC	Хи-квадрат	Степени свободы	p
Конфигурационная	0,923		0,056	0,247	147,35	51,35	24	0,001
Метрическая	0,915	0,008	0,049	0,535	139,39	65,39	35	0,001
Скалярная	0,897	0,018	0,050	0,504	139,79	77,79	41	0,000

Примечание: CFI – сравнительный индекс соответствия; RMSEA – корень среднеквадратической ошибки аппроксимации; AIC — информационный критерий Акаике; а - конфигуральная инвариантность; b - метрическая инвариантность; c - скалярная инвариантность.

Результаты мультигруппового анализа (таблица 7) показали, что стратегия сохранения совместного «лица» положительно связана с кооперацией в монокультурном ($\beta = 0,18, p < 0,05$) и межкультурном ($\beta = 0,22, p < 0,01$) контекстах. Кроме того, стратегия сохранения совместного «лица» положительно связана с удовлетворенностью коммуникацией в монокультурном ($\beta = 0,45, p <$

0,001) и межкультурном ($\beta = 0,31, p < 0,001$) контекстах, и только в монокультурном контексте она положительно связана с желанием продолжить общение ($\beta = 0,22, p < 0,05$). Данная стратегия отрицательно связана с доминированием в монокультурном контексте ($\beta = -0,18, p < 0,05$).

Стратегия сохранения «лица» другого положительно связана с кооперацией ($\beta = 0,20, p < 0,01$) и избеганием ($\beta = 0,35, p < 0,001$) в межкультурном контексте, а также с избеганием в монокультурном контексте ($\beta = 0,20, p < 0,05$). Кроме того, данная стратегия положительно связана с желанием продолжить общение в монокультурном контексте ($\beta = 0,23, p < 0,05$).

Стратегия сохранения собственного «лица» отрицательно связана с удовлетворенностью коммуникацией как в межкультурном ($\beta = -0,21, p < 0,01$), так и в монокультурном ($\beta = -0,18, p < 0,05$) контекстах.

Кооперация положительно связана с желанием продолжить общение ($\beta = 0,18, p < 0,05$) в монокультурном контексте и удовлетворенностью коммуникацией ($\beta = 0,16, p < 0,05$) в межкультурном контексте. Избегание отрицательно связано с удовлетворенностью коммуникацией как в межкультурном ($\beta = -0,16, p < 0,01$), так и в монокультурном ($\beta = -0,17, p < 0,05$) контекстах. Доминирование положительно связано с удовлетворенностью коммуникацией ($\beta = 0,17, p < 0,05$) в монокультурном контексте.

Таблица 7. Путевая модель взаимосвязи стратегий сохранения «лица», коммуникативного поведения и эффективности коммуникации (монокультурный/межкультурный контекст)

Переменная	Кооперация		Избегание		Доминирование		Желание продолжить общение		Удовлетворенность коммуникацией	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Контекст*										
Стратегия сохранения совместного «лица»	0,18*	0,22**	-	-	-0,18*	0,07	0,22*	-0,03	0,45***	0,31***
Стратегия сохранения «лица» другого	0,06	0,20**	0,20**	0,35***	0,08	-0,10	0,23*	0,01	0,09	0,08

Стратегия сохранения собственного «лица»	0,13	0,08	-	-	0,17	-0,06	-0,11	-0,00	-0,18*	-0,21**
Кооперация	-	-	-	-	-	-	0,18*	0,13	-0,05	0,16*
Избегание	-	-	-	-	-	-	-0,005	0,005	-0,17*	-0,16*
Доминирование	-	-	-	-	-	-	-0,15	0,08	0,17*	-0,04
R^2	0,08	0,16	0,04	0,12	0,04	0,01	0,04	0,02	0,20	0,16

*Контекст:

1-монокультурный

2-межкультурный

Проанализировав возможные пути медиационных эффектов, мы обнаружили, что коммуникативное поведение опосредует взаимосвязь между стратегиями сохранения «лица» и эффективностью коммуникации, однако эти эффекты различны в моно- и межкультурном контекстах взаимодействия. Результаты представлены в Таблице 8.

Таблица 8. Медиационные эффекты форм коммуникативного поведения

Взаимосвязь	Модель с медиацией					
	МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ контекст			МОНОКУЛЬТУРНЫЙ контекст		
	Полный эффект	Прямой эффект	Непрямой эффект	Полный эффект	Прямой эффект	Непрямой эффект
	β	β	β	β	β	β
Стратегия сохранения совместного «лица» – кооперация – желание продолжить общение	0,026	-0,023	0,050	0,330***	0,307***	0,023***
Стратегия сохранения «лица» другого – кооперация – желание продолжить общение	0,038	-0,006	0,045**	0,340***	0,317***	0,023**
Стратегия сохранения совместного «лица» – доминирование – удовлетворенность коммуникацией	0,276***	0,279***	-0,003**	0,333***	0,348***	-0,015***
Стратегия сохранения «лица» другого – избегание – удовлетворенность коммуникацией	0,178**	0,222***	-0,044**	0,224*	0,257**	-0,033**

Итак, согласно результатам медиационных эффектов коммуникативного поведения, в межкультурном контексте доминирование ослабляет взаимосвязь

стратегии сохранения совместного «лица» и удовлетворенности коммуникации. Кроме того, избегание ослабляет взаимосвязь стратегии сохранения «лица» другого и удовлетворенности коммуникацией.

В монокультурном контексте кооперация усиливает взаимосвязь стратегии сохранения совместного «лица» и желания продолжить общение. Кооперация усиливает взаимосвязь стратегии сохранения «лица» другого и желания продолжить общение. Доминирование ослабляет взаимосвязь стратегии сохранения совместного «лица» с удовлетворенностью коммуникацией. Избегание ослабляет взаимосвязь стратегии сохранения «лица» другого и удовлетворенности коммуникацией.

2.3 Общее обсуждение результатов исследования роли стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии

В данной работе мы рассматривали «лицо» как комплексный феномен, идентичность, которая формируется совместно участниками взаимодействия. Целью данного исследования было выявление роли стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии, а также выявление индивидуально-личностных предикторов выбора этих стратегий.

Анализ литературы позволил нам сформулировать исследовательские вопросы и выдвинуть гипотезы относительно взаимосвязи изучаемых концептов.

Первый исследовательский вопрос данной диссертации касался влияния контекста взаимодействия на выбор стратегии сохранения «лица». Для ответа на поставленный вопрос мы сравнивали стратегии сохранения «лица» в монокультурном и межкультурном контекстах, а также выраженность трех стратегий внутри каждого из двух контекстов.

Результаты исследования показали, что выбор стратегии сохранения «лица» различается в межкультурном и монокультурном контекстах взаимодействия. Значимые различия были выявлены между межкультурным и монокультурным контекстом для стратегий сохранения совместного и «лица» другого – они более выражены в межкультурном контексте. Различия для стратегии сохранения собственного «лица» между контекстами были не значимы. Данные результаты соответствуют представлениям о том, что межкультурный и монокультурный контексты коммуникации создают разные условия для реализации потребностей, связанных с идентичностью (Ting-Toomey, 2015). Интересным результатом в этом аспекте является то, что наибольшие различия заключаются именно в выборе стратегий социального фокуса по сравнению с стратегией сохранения «лица», которая имеет личностный фокус.

Стремление к развитию межличностных взаимоотношений, преодолению культурной дистанции, поиск общности, способствует взаимной адаптации участников межкультурного общения (Gunia et al., 2016; Ogan et al., 2010). Например, в исследовании Керн участники межкультурных переговоров, которые использовали коммуникативные паттерны, направленные на уменьшение культурной дистанции и понимание другой стороны, быстрее и чаще достигали договоренностей и реализации экономических целей, чем участники локальных переговоров, которые не использовали подобные коммуникативные стратегии (Kern et al., 2012). Эта тенденция также видна, если мы сравниваем три стратегии «лица» в межкультурном контексте.

Стратегия сохранения совместного «лица» более выражена, чем сохранение «лица» другого и сохранение своего «лица» в межкультурном деловом общении. В контексте взаимодействия с членами другой культуры русские менеджеры в основном используют стратегию сохранения совместного «лица», тогда как стратегия собственного и «лица» другого выражены в равной степени. Такое распределение показывает важность выстраивания взаимоотношений и взаимной адаптации в процессе межкультурных переговоров. В процессе взаимной адаптации участников межкультурного общения формируется новая «культура» («negotiated culture»), которая позволяет более четко определить роли и нормы взаимодействия в данной ситуации общения (Brannen, Salk, 2000). Согласно теории Т. Имахори и У. Купач в процессе создания единой понятийной системы, которая помогает восприятию и пониманию смыслов и поведения в процессе коммуникации, формируется интерактивная идентичность участников взаимодействия (Imahori, Cupach, 2005). Согласование взаимоприемлемой идентичности в общении способствует реализации потребности в безопасности, определенности, включенности и устойчивости идентичности (Ting-Toomey, 2005). При этом мы наблюдаем интересное разделение между стратегиями сохранения «лица». Если в предыдущих исследованиях обе стратегии социального фокуса – сохранение совместного и «лица» другого – были в равной степени связаны с

развитием отношений и адаптацией (Gong et al., 2021), формированием доверия и понимания (Zhang et al., 2014), способствовали развитию общей «культуры» (Clausen, 2007), то результаты данного исследования показывают, что стратегия сохранения «лица» другого выражена в меньшей степени. Данные результаты могут свидетельствовать о том, что эти стратегии играют разные роли в деловом взаимодействии. Для более комплексной интерпретации данных результатов необходимо обратиться к анализу взаимосвязи данных стратегий с коммуникативными паттернами поведения и показателями эффективности взаимодействия.

Сохранение собственного «лица» и сохранение совместного «лица» более выражены, чем сохранение «лица» другого в монокультурном контексте. Мы видим, что стратегии сохранения собственного и совместного «лица» в равной степени важны для русских менеджеров в ситуации, угрожающей лицу, в процессе взаимодействия с представителями своей культуры. Наименее выраженной в такой ситуации является стратегия сохранения «лица» другого. В целом стратегия сохранения собственного «лица» направлена на защиту репутации и своих интересов, что отвечает инструментальным и экономическим целям деловой коммуникации (Ingram & Roberts, 2000; Gao, Liu, Qian, 2016). Создание и поддержание репутации является ключевым аспектом в деловых взаимоотношениях и способствует эффективному сотрудничеству. Особое внимание к этому аспекту взаимодействия было отражено в результатах качественного исследования. Так, русские бизнесмены часто говорили о том, что неопределенность и постоянные изменения договоренностей в процессе сотрудничества с китайскими компаниями могут нанести ущерб их репутации и репутации их компании в целом. Для деловой среды такая угроза имеет не только психологические, но и экономические последствия.

Таким образом, мы наблюдаем, что в монокультурных, локальных деловых переговорах русские стремятся, с одной стороны, защитить свой позитивный образ, с другой стороны, поддержать отношения со своими бизнес-партнерами. Однако,

ориентация на отношения менее выражена по сравнению с межкультурным контекстом.

В то же время стратегия сохранения «лица» другого была выражена в наименьшей степени. Можно предположить, что в деловом контексте взаимодействия данная стратегия является наименее предпочтительной или даже нежелательной по нескольким причинам. Во-первых, с точки зрения деловой коммуникации, чрезмерная забота о других и смещение фокуса на интересы другой стороны может привести к преждевременным компромиссам и невыгодным исходам переговоров (Ben-Yoav, Pruitt, 1984; De Dreu et al., 2000). Таким образом, стратегия сохранения «лица» другого может ассоциироваться с рисками в процессе достижения экономических целей (Kameda, 2005). Во-вторых, репутация партнера не так важна для русских, что может быть связано с культурными особенностями. Обратимся к исследованиям Смита и коллег, которые используют трехчастную классификацию «культурной логики» в межличностном взаимодействии. Авторы выделяют – логику «лица» (face cultural logic), долга (honor cultural logic) и достоинства (dignity cultural logic). Результаты исследований показывают, что русские в основном руководствуются логикой достоинства, которая определяется с точки зрения неотъемлемой ценности человека и личной ответственности человека за свои действия. Если эти действия будут признаны неправильными или неадекватными, люди могут испытывать чувство вины. Логика «лица» подразумевает отчетливый фокус на иерархии, смирении и гармонии. В рамках этой логики сохранение «лица» другого направлено на создание и сохранение внутригрупповой гармонии, порядка и координации в соответствии со статусом. Потеря собственного «лица» или «лица» другого влечет за собой чувство стыда (Smith et al., 2021). То есть в монокультурном деловом общении для русских в меньшей степени важно сохранить гармонию, нежели защитить свою репутацию и выстроить деловые взаимоотношения.

На основе полученных результатов мы можем говорить о том, что контекст влияет на выбор стратегий сохранения «лица» в деловом общении. В процессе

взаимодействия с представителями других культур русские более склонны к созданию и поддержанию совместного «лица» в процессе коммуникации.

Первая гипотеза данного исследования относилась к индивидуально-личностным предикторам выбора стратегии сохранения «лица» и паттернов коммуникативного поведения в ситуации, угрожающей «лицу». В соответствии с Гипотезой 1, результаты исследования показали, что индивидуальные ценности являются предикторами выбора стратегии сохранения «лица» и паттернов коммуникативного поведения.

Результаты исследования показали, что стратегии сохранения «лица», в свою очередь, являются предикторами коммуникативного поведения. Сохранение собственного «лица» положительно связано с доминированием, сохранение совместного «лица» положительно связано с кооперацией, а сохранение «лица» другого положительно связано с избеганием. Данные результаты согласуются с результатами предыдущих исследований (Oetzel, 2001, 2012).

В соответствии с Гипотезой 1а, ценности Самоутверждения взаимосвязаны с сохранением собственного «лица» и доминированием в коммуникации. Данные результаты показывают, что стремление к сохранению собственного «лица» обусловлено мотивами, лежащими в основе ценностей Самоутверждения. Ценности Самоутверждения включают власть, достижение и гедонизм. Мотивационные цели достижения социального статуса, престижа, личного успеха и влияния на других людей вполне логично связаны с сохранением собственного «лица». Более того, выбор данной стратегии связан с доминированием в ситуации, угрожающей «лицу». Доминирование в данной модели было связано с созданием авторитетного имиджа и желанием выиграть в конфликте с помощью конкурентных стратегий, подразумевающих лишь одного победителя, в том числе оно включало в себя экспрессивное эмоциональное поведение (Oetzel et al., 2001). Получается, что стремление к достижению социального статуса, личного успеха и влияния на других способствует выбору стратегии сохранения собственного

«лица» и конкурентному, доминирующему поведению в ситуации, угрожающей «лицу».

В то же время результаты показывают, что ценности Сохранения являются предикторами выбора двух стратегий - сохранения собственного «лица» и «лица» другого. Ценности Сохранения включают безопасность, конформность и традицию, то есть мотивационными целями являются стабильность, безопасность и гармония общества, уважение и поддержание обычаев. В принципе, ценности безопасность и власть находятся в непротиворечивых отношениях, поскольку оба ставят акцент на избегании неопределенности и нестабильности посредством контроля над ресурсами и межличностными отношениями (Лебедева, 2011). Вероятно, именно поэтому ценности Сохранения также стимулируют выбор стратегии сохранения собственного «лица». В то же время стремление поддержать гармонию способствует выбору стратегии сохранения «лица» другого. Этот вывод подтверждается также культурной логикой «лица» в модели Смита, описанной выше (Smith et al., 2021).

В соответствии с Гипотезой 16 ценности Открытости изменениям и Самопреодоления связаны с сохранением совместного «лица» и кооперацией. Результаты исследования показывают, что мотивы, лежащие в основе ценностей Открытости изменениям и Самопреодоления способствуют выбору стратегии сохранения совместного «лица». Ценности Открытости изменениям включают стимуляцию и самостоятельность. Мотивационная цель самостоятельности – свобода мысли и действия, обусловленные потребностью к автономии и независимости. Мотивационная цель стимуляции – новизна и состязательность в жизни. Эти ценности находятся в непротиворечивых отношениях, поскольку обе относятся к стремлению к новизне и изменению (Лебедева, 2011). Сочетание данных мотивов обуславливает выбор стратегии сохранения совместного «лица», поскольку, с одной стороны, человек сохраняет свою независимость, но вместе с тем, готов к новому, к открытому диалогу, способен услышать и принять во внимание другую сторону. Это позволяет сместить фокус с защиты или поддержания «лица» одной из сторон на характер взаимоотношений. Кроме того,

предиктором данной стратегии являются ценности Самопреодоления. Они включают универсализм и благожелательность, мотивационные цели которых заключаются в понимании, терпимости и поддержании благополучия людей, с которыми человек контактирует. По результатам исследования мы видим, что данные мотивы объясняют выбор двух стратегий – сохранения совместного «лица» и «лица» другого. То есть универсализм и благожелательность поддерживают обе социальные стратегии в общении.

В соответствии с Гипотезой 1в, ценности Сохранения положительно связаны с сохранением «лица» другого и избеганием. Результаты анализа подтверждают данную гипотезу. Действительно, мотивационные цели безопасности и ограничения действий, которые способны нарушить порядок и гармонию, лежащие в основе ценностей Сохранения, стимулируют выбор стратегии сохранения «лица» другого и избегание в ситуации, угрожающей «лицу».

Анализ индивидуально-личностных предикторов стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном контекстах показал более сложные взаимосвязи ценностей высокого порядка со стратегиями и коммуникативным поведением.

Стратегия сохранения совместного «лица» является полимотивированной именно в монокультурном контексте. В межкультурном контексте данная стратегия обусловлена только ценностями Самопреодоления. Возможно, при общении с представителем другой культуры значимость ценностей благожелательности и универсализма, которые относятся к ценностям социального фокуса, выражена ярче, чем ценностей Открытости изменениям, которые относятся к ценностям личностного фокуса, и мотивируют данную стратегию в монокультурном контексте. Ценности Самопреодоления включают такие мотивационные цели, как забота о благополучии окружающих, включая представителей аутгруппы (универсализм). В предыдущих исследованиях было показано, что именно ценности Самопреодоления были положительно связаны с установками на коммуникацию в межкультурном контексте (See et. al., 2020).

Кроме того, стратегии сохранения «лица» по-разному медируют взаимосвязи ценностей и паттернов коммуникативного поведения в моно- и межкультурном контексте делового взаимодействия.

Ценности Самопреодоления напрямую связаны с кооперацией только в монокультурном контексте. В межкультурном общении ценности Самопреодоления связаны с кооперацией только через стратегию сохранения «лица» другого.

Таким образом, Гипотеза 1 была полностью подтверждена. Мы можем говорить о том, что стратегии сохранения «лица» обусловлены не только контекстуальными факторами, такими как контексты межкультурного и монокультурного общения, но и индивидуально-личностными особенностями. В рамках данного исследования пол и возраст респондентов, а также пол и статус партнёра по коммуникации оказались незначимыми предикторами выбора данных стратегий. Однако, индивидуальные ценности играют роль в выборе стратегии сохранения «лица». Кроме того, предыдущие исследования показали взаимосвязь индивидуальных ценностей и стратегий поведения в конфликтной ситуации (Батхина, 2020). В данном исследовании мы наблюдаем, что стратегии сохранения «лица» могут медирировать данную связь.

В соответствии с Гипотезой 2, результаты путевого анализа показали взаимосвязь стратегий сохранения «лица», паттернов коммуникативного поведения и эффективности коммуникации. Стратегия сохранения совместного «лица» и «лица» другого положительно связана с удовлетворенностью коммуникацией, а стратегия сохранения собственного «лица» негативно связана с удовлетворенностью коммуникацией. Данные результаты говорят о том, что стратегии социального фокуса вносят позитивный вклад в реализацию реляционных целей взаимодействия. Ориентация на партнера по коммуникации и стремление поддерживать отношения способствуют удовлетворенности сторон. Вместе с тем, стратегия сохранения собственного «лица», защита репутации, препятствует удовлетворенности коммуникацией.

Данные результаты расширяют представления о роли стратегий сохранения «лица» в деловой среде. В предыдущих исследованиях было продемонстрировано, что использование обеих стратегий сохранения «лица» - собственного и другого - стимулирует удовлетворённость работой и позитивно влияет на организационный климат в межкультурных командах (Oetzel et al., 2012). В нашем исследовании, однако, была показана взаимосвязь стратегий с удовлетворенностью коммуникацией в конкретной ситуации общения. Сравнение двух составляющих коммуникативного уровня позволило увидеть специфические для каждой стратегии взаимосвязи с результатом коммуникации.

Так, данные результаты очень важны в контексте рассмотрения стратегий сохранения «лица» как компонента коммуникативной компетентности. В теории поддержания «лица» С. Тинг-Туми способность управления «лицом» рассматривается как компонент межкультурной коммуникативной компетентности. Однако, компетентное поведение должно быть уместным и эффективным в данном контексте взаимодействия (Spitzberg, 2013). На сегодняшний день пока отсутствуют эмпирические данные о взаимосвязи стратегий сохранения «лица» с эффективностью коммуникации. Результаты данного исследования показали, что именно стратегии, которые принимают во внимание собеседника, имеют положительный эффект на эффективность коммуникации. В исследовании С. Рухи было показано, что стратегии сохранения «лица» направлены не только на коммуникативные цели в рамках непосредственной ситуации взаимодействия, но и на более отсроченные цели и дальнейшее развитие отношений (Ruhi, 2010).

Далее мы тестировали данную модель в межкультурном и монокультурном контекстах. Мультигрупповой анализ показал различия во взаимосвязях стратегий сохранения «лица», коммуникативного поведения и эффективности деловой коммуникации в монокультурном и межкультурном контекстах.

В монокультурном контексте сохранение совместного «лица» положительно связано с желанием продолжить общение, в то время как в межкультурном контексте сохранение совместного «лица» положительно связано с желанием

продолжить общение, но только посредством кооперации. Стратегия сохранения «лица» другого в монокультурном контексте также напрямую связана с желанием продолжить общение, тогда как в межкультурном контексте кооперация медирует эту связь. Эти результаты подтверждают теоретические положения реляционного подхода к стратегиям поведения в переговорах. Согласно предыдущим исследованиям, кооперативные стратегии поведения в большей степени свойственны монокультурному деловому взаимодействию, нежели межкультурному, где чаще используются конкурентные стратегии (Bornhorst et al., 2009; Castro, 2008; Matsumoto, Hwang, 2011). Исходя из этого была предложена идея о том, что согласование идентичности может снизить конфликтный потенциал и способствовать кооперативному поведению и взаимопониманию в межкультурном деловом взаимодействии (Gelfand et al., 2006; Ingerson et al., 2015).

Стратегия сохранения собственного «лица» отрицательно связана с удовлетворенностью коммуникацией. Однако в монокультурном контексте доминирование медирует положительную связь стратегии сохранения собственного «лица» и удовлетворенности коммуникацией. Это интересный результат, поскольку в предыдущих исследованиях, с одной стороны, стратегия сохранения собственного «лица» действительно была положительно связана с доминированием (Oetzel et al., 2003), но, с другой стороны, доминирование может быть как отрицательно (Frisby, Westerman, 2010), так и положительно (Ganesan, 1993; Butt et al. 2010; Van Kleef, et al. 2004) связано с удовлетворенностью коммуникацией. Такие результаты можно объяснить с точки зрения культурных особенностей. Представители коллективистской культуры, коими в данном случае являются русские респонденты, склонны к более четкому разделению на ингруппу и аутгруппу (Triandis, 1989). В монокультурном контексте доминирование, как более конкурентная стратегия, может восприниматься как нормативное, приемлемое поведение – свойственная деловому взаимодействию стратегия «win-lose» (Shearman, Dumlao, 2008). Поскольку доминирование соответствует приемлемой в данном контексте конкурентной стратегии, участники

взаимодействия испытывают удовлетворенность коммуникацией, так как действуют согласно своим представлениям о норме (Adair et al., 2011).

Результаты данного исследования показали, что процесс межкультурных переговоров требует от участников адаптации друг к другу, согласования идентичностей для достижения реляционных целей. Стратегия сохранения собственного «лица» направлена на защиту собственного положительного образа и репутации, своей идентичности, стремление к сохранению независимости и автономности и связана с ценностями Сохранения и Самоутверждения. Интересно, что сохранение собственного «лица» связано именно с доминирующим поведением в ситуации, угрожающей «лицу». То есть в момент общения, когда появляется воспринимаемая угроза идентичности, человек предпринимает более активные действия, иногда агрессивные, для ее защиты.

Стратегия сохранения «лица» другого в большей степени ориентирована на собеседника, поддержание его положительного образа и идентичности, обусловлена ценностями Самопреодоления и, в то же время, Сохранения, и связана с избеганием потенциально конфликтных ситуаций, но также может быть направлена на кооперацию. При этом стратегия сохранения «лица» другого положительно связана с желанием продолжить общение.

Стратегия сохранения совместного «лица» представляет собой нечто среднее, заботу об отношениях и процесс взаимного согласования идентичностей в процессе взаимодействия, в основе которой лежат мотивационные цели ценностей Открытости изменениям. Это стратегия, которая способствует кооперации в ситуации, угрожающей «лицу», и связана с эффективностью коммуникации.

Таким образом, полученные результаты подтверждают выдвинутые гипотезы. Нам удалось выделить как универсальные, так и специфические для межкультурного и монокультурного контекстов взаимодействия взаимосвязи между стратегиями сохранения «лица», паттернами коммуникативного поведения и эффективностью деловой коммуникации. Можно говорить о том, что есть универсальные взаимосвязи, которые проявляются в разных контекстах общения. Но, с другой стороны, особенности межкультурного контекста взаимодействия

демонстрируют уникальные взаимосвязи предикторов, стратегий сохранения «лица», паттернов коммуникативного поведения и эффективности деловой коммуникации.

2.4 Выводы по Главе 2

На основе результатов проверки гипотез исследования мы можем сделать следующие выводы.

Выбор стратегии сохранения «лица» в деловой коммуникации обусловлен контекстом взаимодействия. При общении с представителем другой культуры русские менеджеры отдают приоритет стратегии сохранения совместного «лица». При общении с соотечественниками они в равной степени используют стратегии сохранения совместного и собственного «лица». Стратегия сохранения «лица» другого является наименее выраженной в обоих контекстах.

Индивидуальные ценности являются предикторами выбора стратегии сохранения «лица» и коммуникативного поведения. Выбор стратегии сохранения «лица» обусловлен мотивационными целями, лежащими в основе индивидуальных ценностей.

Так, стремление к достижению социального статуса, личного успеха и влияния на других способствует выбору стратегии сохранения собственного «лица» и конкурентному, доминирующему поведению в ситуации, угрожающей «лицу».

Стратегия сохранения «лица» другого является полимотивированной стратегией, но эти мотивы различаются в монокультурном и межкультурном контекстах взаимодействия. При общении с представителем своей культуры мотивы безопасности, сохранения гармонии и чувство солидарности обуславливают стратегию сохранения «лица» другого. В межкультурном общении выбор этой стратегии происходит за счет мотивов, лежащих в основе ценностей Самопреодоления – поддержание благополучия, потребность в присоединении и поддержании позитивного взаимодействия. Важно отметить, что в межкультурном общении данная стратегия связана как с избеганием, так и с кооперацией. Анализ медиационных эффектов показал, что в межкультурном общении выбор стратегии сохранения «лица» другого усиливает взаимосвязь ценностей Самопреодоления и кооперации.

Стратегия сохранения совместного «лица» обусловлена ценностями Открытости изменением. Сочетание мотивов, лежащих в основе этих ценностей, обуславливает выбор стратегии сохранения совместного «лица», поскольку, с одной стороны, человек сохраняет свою независимость, но вместе с тем, готов к новому, к открытому диалогу, способен услышать и принять во внимание другую сторону. Это позволяет сместить фокус с защиты или поддержания «лица» одной из сторон на характер взаимоотношений. Также результаты показали, что стремление к созданию совместной идентичности способствует кооперативному поведению. Однако только в монокультурном общении медиативная роль данной стратегии усиливает взаимосвязь ценностей Открытости изменением с кооперацией.

Выбор стратегии сохранения «лица» и паттерны коммуникативного поведения влияют на эффективность достижения реляционных целей в деловой коммуникации. В деловом взаимодействии процесс согласования идентичности происходит при помощи стратегии сохранения совместного «лица» вне зависимости от контекста. Данная стратегия является наиболее продуктивной с точки зрения достижения реляционных целей.

Кроме того, в обоих контекстах стратегия сохранения собственного «лица» отрицательно связана с удовлетворенностью коммуникацией. Мы наблюдаем интересный эффект - взаимная адаптация и формирование совместной идентичности способствуют достижению реляционных целей в деловой коммуникации. Защита своей идентичности, стремление к автономности вызывают неудовлетворенность взаимодействием. С другой стороны, только в ситуации общения русских с русскими стратегии сохранения совместного «лица» и «лица» другого вызывают желание продолжить общение.

Результаты данного исследования показали, что именно стратегии, которые принимают во внимание собеседника, способствуют реализации реляционных целей - установлению и развитию взаимоотношений.

Для достижения реляционных целей делового взаимодействия в межкультурном общении в большей степени требуется взаимная адаптация и

согласование взаимоприемлемых идентичностей, тогда как ориентация только на себя или своего партнера, избегание негативно влияют на деловые взаимоотношения.

Общение с представителем своей культуры предполагает более широкий спектр возможных мотивов и способов достижения реляционных целей.

Было показано, что есть универсальные мотивы выбора стратегий сохранения «лица». Например, потребность в предсказуемости, безопасности и автономии, защите собственной идентичности стимулирует выбор стратегии сохранения собственного «лица». Так же, как есть универсальная и наиболее продуктивная с точки зрения достижения реляционных целей деловой коммуникации стратегия – стратегия сохранения совместного «лица».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном исследовании мы изучали роль стратегий сохранения «лица» в межкультурном и монокультурном деловом взаимодействии, а также роль индивидуально-личностных предикторов выбора этих стратегий и паттернов коммуникативного поведения.

Было показано, что индивидуальные ценности являются предикторами выбора стратегии сохранения «лица». Кроме того, были выявлены взаимосвязи между данными стратегиями, паттернами коммуникативного поведения и показателями эффективности делового взаимодействия.

Основная ценность проведенного исследования заключается в создании комплексной картины, демонстрирующей роль стратегий сохранения «лица» в деловом взаимодействии. Выходя за рамки только культурной обусловленности выбора данных стратегий, мы демонстрируем, как контекст общения влияет на восприятие ситуаций, угрожающих «лицу», и поведение в коммуникации. Механизм презентации идентичности во взаимодействии варьируется в межкультурной и монокультурной среде. Мотивы выбора стратегий сохранения «лица», их связь с поведением и продуктивностью работают по-разному при общении с представителями своей или другой культур. Нам удалось выявить как контекстно-обусловленные, так и универсальные закономерности данных связей. Так, в обоих контекстах ценности Самопреодоления мотивируют выбор стратегий сохранения совместного и «лица» другого, а ценности Сохранения мотивируют выбор стратегии сохранения собственного «лица». Также в двух контекстах стратегия сохранения совместного «лица» связана с кооперацией в коммуникации, в стратегия сохранения «лица» другого с избеганием в коммуникации. Кроме того, универсальными являются положительная связь стратегии сохранения совместного «лица» и отрицательная связь стратегии сохранения собственного «лица» с удовлетворенностью коммуникацией.

Таким образом, данное исследование подчеркивает важность контекста при изучении стратегий сохранения «лица» в деловом взаимодействии, который может

обуславливать не только мотивы, но и продуктивность данных стратегий. Контекстно-ориентированный подход открывает новые возможности для более глубокого и комплексного исследования межличностного делового взаимодействия в целом.

Стоит отметить, что данное исследование имеет ряд ограничений. Во-первых, методологические ограничения включают несбалансированные выборки для межкультурного и монокультурного контекста коммуникации. Кроме того, мы провели межгрупповое, а не внутригрупповое сравнение респондентов (одна и та же группа респондентов в обоих контекстах). Чтобы преодолеть ограничения, связанные с кросс-секционным дизайном и выборкой, в дальнейшем стоит провести экспериментальное или квазиэкспериментальное исследование стратегий сохранения «лица» на одной выборке. Во-вторых, мы не учитывали интенсивность и характер ситуации, угрожающей «лицу», которые также могут иметь потенциальную объяснительную силу для различий между двумя выборками. В-третьих, мы рассматривали только индивидуальные ценности в качестве индивидуально-личностных предикторов выбора стратегии сохранения «лица». В дальнейших исследованиях моно- и межкультурного контекстов взаимодействия для преодоления данного ограничения стоит учитывать и другие факторы, например, опасение межкультурной коммуникации.

Несмотря на упомянутые ограничения, данная работа может служить отправной точкой для дальнейшего изучения процессов, связанных с идентичностью в деловом взаимодействии в монокультурном и межкультурном контекстах.

В практическом плане результаты данной работы могут быть использованы для разработки и реализации тренингов межкультурной компетентности, а также в разработке программ и рекомендаций, связанных с переговорами в разных деловых контекстах, и профилактикой конфликтных ситуаций в сфере делового общения. Мы можем обобщить полученные результаты и выдвинуть тезис о том, что эффективное деловое взаимодействие возможно тогда, когда обе стороны общения

готовы создать безопасную коммуникативную среду. Одним из шагов на пути к этому может стать создание совместно принятой идентичности, которая учитывает ожидания обоих участников взаимодействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Adair W. L., Okumura T., Brett J. M. Negotiation behavior when cultures collide: the United States and Japan //Journal of Applied Psychology. – 2001. – Т. 86. – №. 3. – С. 371.
2. Adair W. L., Taylor M. S., Tinsley C. H. Starting out on the right foot: Negotiation schemas when cultures collide //Negotiation and Conflict Management Research. – 2009. – Т. 2. – №. 2. – С. 138-163.
3. Adair W. L., Semnani-Azad Z. The display of “dominant” nonverbal cues in negotiation: The role of culture and gender //International Negotiation. – 2011. – Т. 16. – №. 3. – С. 451-479.
4. Aliakbari M., Amiri M. Personality, face concern, and interpersonal conflict resolution styles: A case of Iranian college students //Personality and Individual Differences. – 2016. – Т. 97. – С. 266-271.
5. Amarasinghe A. D. Facework strategies of Sri Lankans working in Australia //Journal of Intercultural Communication Research. – 2012. – Т. 41. – №. 2. – С. 193-215.
6. APA Dictionary of Psychology Режим доступа: <https://dictionary.apa.org/negotiation>
7. Archer D., Willcox P. The faces at play in performance appraisals: With a focus upon a UK retail organization //Journal of Politeness Research. – 2018. – Т. 14. – №. 2. – С. 167-192.
8. Ardichvili A., Jondle D., Kowske B., Cornachione E., Li J., Thakadipuram, T. Ethical cultures in large business organizations in Brazil, Russia, India, and China //Journal of Business Ethics. – 2012. – Т. 105. – №. 4. – С. 415-428.

9. Armstrong G. B., Kaplowitz S. A. Sociolinguistic inference and intercultural coorientation: A Bayesian model of communicative competence in intercultural interaction //Human Communication Research. – 2001. – T. 27. – №. 3. – C. 350-381.
10. Arundale R. B. An alternative model and ideology of communication for an alternative to politeness theory //Pragmatics. – 1999. – T. 9. – №. 1. – C. 119-153.
11. Arundale R. B. Face as a research focus in interpersonal pragmatics: Relational and emic perspectives //Journal of pragmatics. – 2013. – T. 58. – C. 108-120.
12. Arundale R. B. Face as relational and interactional: A communication framework for research on face, facework, and politeness. – 2006.
13. Aslani S. et al. Dignity, face, and honor cultures: Implications for negotiation and conflict management //Handbook of research on negotiation. – Edward Elgar Publishing, 2013.
14. Aslani S. et al. Dignity, face, and honor cultures: Implications for negotiation and conflict management //Handbook of research on negotiation. – Edward Elgar Publishing, 2013.
15. Bardi A., Schwartz S. H. Values and behavior: Strength and structure of relations //Personality and social psychology bulletin. – 2003. – T. 29. – №. 10. – C. 1207-1220.
16. Barsade S. G., Ward A. J., Turner J. D., Sonnenfeld J. A. To your heart's content: A model of affective diversity in top management teams //Administrative science quarterly. – 2000. – T. 45. – №. 4. – C. 802-836.
17. Batjargal B. Network triads: Transitivity, referral and venture capital decisions in China and Russia //Journal of International Business Studies. – 2007. – T. 38. – №. 6. – C. 998-1012.
18. Ben-Yoav O., Pruitt D. G. Resistance to yielding and the expectation of cooperative future interaction in negotiation //Journal of Experimental Social Psychology. – 1984. – T. 20. – №. 4. – C. 323-335.

19. Berry J. W. Acculturation and adaptation: A general framework. – 1990.
20. Berry J. W., Sam D. L. Acculturation and adaptation //Handbook of cross-cultural psychology. – 1997. – T. 3. – №. 2. – C. 291-326.
21. Beugelsdijk S., Kostova T., Kunst V. E., Spadafora E., Van Essen M. Cultural distance and firm internationalization: A meta-analytical review and theoretical implications //Journal of Management. – 2018. – T. 44. – №. 1. – C. 89-130.
22. Block D. The structure and agency dilemma in identity and intercultural communication research //Language and Intercultural Communication. – 2013. – T. 13. – №. 2. – C. 126-147.
23. Bornhorst F., Ichino A., Kirchkamp O., Schlag K. H., Winter E. Similarities and differences when building trust: the role of cultures //Experimental Economics. – 2010. – T. 13. – №. 3. – C. 260-283.
24. Bousfield D. Face (t) s of self and identity in interaction //Journal of Politeness Research. – 2018. – T. 14. – №. 2. – C. 225-243.
25. Brannen M. Y., Salk J. E. Partnering across borders: Negotiating organizational culture in a German-Japanese joint venture //Human relations. – 2000. – T. 53. – №. 4. – C. 451-487.
26. Brett J. M. Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions Across Cultural Boundaries. 3rd edn. Jossey-Bass; 2014.
27. Brett J. M., Okumura T. Inter-and intracultural negotiation: US and Japanese negotiators //Academy of Management Journal. – 1998. – T. 41. – №. 5. – C. 495-510.
28. Brew F. P., Cairns D. R. Do culture or situational constraints determine choice of direct or indirect styles in intercultural workplace conflicts? //International Journal of Intercultural Relations. – 2004. – T. 28. – №. 5. – C. 331-352.
29. Brown P., Levinson S. C., Levinson S. C. Politeness: Some universals in language usage. – Cambridge university press, 1987. – T. 4.
30. Brunner B. R. Listening, communication & trust: Practitioners' perspectives of business/organizational relationships //The Intl. Journal of Listening. – 2008. – T. 22. – №. 1. – C. 73-82.

31. Burke P. J., Reitzes D. C. An identity theory approach to commitment //Social psychology quarterly. – 1991. – C. 239-251.
32. Bushe G. R., Coetzer G. H. Group development and team effectiveness: Using cognitive representations to measure group development and predict task performance and group viability //The Journal of Applied Behavioral Science. – 2007. – T. 43. – №. 2. – C. 184-212.
33. Butt A. N., Choi J. N. Does power matter? Negotiator status as a moderator of the relationship between negotiator emotion and behavior //International Journal of Conflict Management. – 2010.
34. Cai D. A., Donohue W. A. Determinants of facework in intercultural negotiation //Asian Journal of Communication. – 1997. – T. 7. – №. 1. – C. 85-110.
35. Calantone R. J., Graham J. L., Mintu-Wimsatt A. Problem-solving approach in an international context: antecedents and outcome //International Journal of Research in Marketing. – 1998. – T. 15. – №. 1. – C. 19-35.
36. Canary D. J., Lakey S. Strategic conflict. – Routledge, 2012.
37. Cardon P., Okoro E. A meta-analysis of the cultural propositions about conflict management styles in face-negotiation theory //Journal of Rhetoric, Professional Communication, and Globalization. – 2010. – T. 1. – №. 1. – C. 2.
38. Carson C. L., Cupach W. R. Facing corrections in the workplace: The influence of perceived face threat on the consequences of managerial reproaches. – 2000.
39. Castro M. F. Where are you from? Cultural differences in public good experiments //The Journal of Socio-Economics. – 2008. – T. 37. – №. 6. – C. 2319-2329.
40. Caughlin J. P., Golish T. D. An analysis of the association between topic avoidance and dissatisfaction: Comparing perceptual and interpersonal explanations //Communication Monographs. – 2002. – T. 69. – №. 4. – C. 275-295.

41. Chang H. C., Holt R. G. A Chinese perspective on face as inter-relational concern. – 1994.
42. Chen L. Perceptions of intercultural interaction and communication satisfaction: A study on initial encounters //Communication reports. – 2002. – T. 15. – №. 2. – C. 133-147.
43. Chung L. C., Ting-Toomey S. Ethnic identity and relational expectations among Asian Americans //Communication Research Reports. – 1999. – T. 16. – №. 2. – C. 157-166.
44. Chunyan Peng A., Tjosvold D. Social face concerns and conflict avoidance of Chinese employees with their Western or Chinese managers //Human Relations. – 2011. – T. 64. – №. 8. – C. 1031-1050.
45. Clausen L. Corporate communication challenges: A 'negotiated' culture perspective //International Journal of Cross Cultural Management. – 2007. – T. 7. – №. 3. – C. 317-332.
46. Clyman D. R., Tripp T. M. Discrepant values and measures of negotiator performance //Group Decision and Negotiation. – 2000. – T. 9. – №. 4. – C. 251-274.
47. Cocroft B. A. K., Ting-Toomey S. Facework in Japan and the United States //International Journal of Intercultural Relations. – 1994. – T. 18. – №. 4. – C. 469-506.
48. Collier M. J. A comparison of conversations among and between domestic culture groups: How intra-and intercultural competencies vary //Communication Quarterly. – 1988. – T. 36. – №. 2. – C. 122-144.
49. Collier M. J. Conflict competence within African, Mexican, and Anglo American friendships //Cross-cultural interpersonal communication. – 1991. – C. 132-154.
50. Collier M. J. Cultural identity theory //Encyclopedia of communication theory. – 2009. – T. 1. – C. 260-262.

51. Collier M. J. Intercultural communication competence: Continuing challenges and critical directions //International Journal of Intercultural Relations. – 2015. – T. 48. – C. 9-11.
52. Collier P. The political economy of ethnicity. – Washington, DC : World Bank, 1998. – C. 387-399.
53. Collier V. P., Thomas W. P. Acquisition of cognitive-academic second language proficiency: A six-year study //annual meeting of the American Educational Research Association, New Orleans. – 1988.
54. Côté J. E., Levine C. G. Identity, formation, agency, and culture: A social psychological synthesis. – Psychology Press, 2014.
55. Côté J. Identity studies: How close are we to developing a social science of identity?—An appraisal of the field //Identity. – 2006. – T. 6. – №. 1. – C. 3-25.
56. Cross S. E., Morris M. L., Gore J. S. Thinking about oneself and others: The relational-interdependent self-construal and social cognition //Journal of personality and social psychology. – 2002. – T. 82. – №. 3. – C. 399.
57. Crotty M. The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process. – Routledge, 2020.
58. Croucher S. M., Kelly S., Chen H., Ashwell D. Examining the relationships between face concerns and dissent //International Journal of Conflict Management. – 2020.
59. Cupach W. R., Imahori T. T. Managing social predicaments created by others: A comparison of Japanese and American facework //Western Journal of Communication (includes Communication Reports). – 1993. – T. 57. – №. 4. – C. 431-444.
60. Curhan J. R., Elfenbein H. A., Xu H. What do people value when they negotiate? Mapping the domain of subjective value in negotiation //Journal of personality and social psychology. – 2006. – T. 91. – №. 3. – C. 493.

61. Curhan J. R., Neale M. A., Ross L., Rosencranz-Engelmann J. Relational accommodation in negotiation: Effects of egalitarianism and gender on economic efficiency and relational capital //Organizational Behavior and Human Decision Processes. – 2008. – T. 107. – №. 2. – C. 192-205.
62. David K. T., Francis J., Walls J. Cultural differences in conducting intra-and inter-cultural negotiations: A Sino-Canadian comparison //Journal of international business studies. – 1994. – T. 25. – №. 3. – C. 537-555.
63. De Dreu C. K. W., Weingart L. R., Kwon S. Influence of social motives on integrative negotiation: a meta-analytic review and test of two theories //Journal of personality and social psychology. – 2000. – T. 78. – №. 5. – C. 889.
64. Dervin F. Assessing intercultural competence in language learning and teaching: A critical review of current efforts //New approaches to assessment in higher education. – 2010. – T. 5. – C. 155-172.
65. Domenici K., Littlejohn S. W. Facework: Bridging theory and practice. – Sage, 2006.
66. Doosje B., Spears R., Ellemers N. Social identity as both cause and effect: The development of group identification in response to anticipated and actual changes in the intergroup status hierarchy //British Journal of Social Psychology. – 2002. – T. 41. – №. 1. – C. 57-76.
67. Elahee M. N., Kirby S. L., Nasif E. National culture, trust, and perceptions about ethical behavior in intra-and cross-cultural negotiations: An analysis of NAFTA countries //Thunderbird International Business Review. – 2002. – T. 44. – №. 6. – C. 799-818.
68. Eriksson T., Mao L., Villeval M. C. Saving face and group identity //Experimental Economics. – 2017. – T. 20. – №. 3. – C. 622-647.
69. Eriksson T., Villeval M. C. Respect and relational contracts //Journal of Economic Behavior & Organization. – 2012. – T. 81. – №. 1. – C. 286-298.

70. Erlingsson C., Brysiewicz P. A hands-on guide to doing content analysis // *African Journal of Emergency Medicine*. – 2017. – T. 7. – №. 3. – C. 93-99.
71. Farh J. L., Lee C., Farh C. I. C. Task conflict and team creativity: a question of how much and when // *Journal of Applied Psychology*. – 2010. – T. 95. – №. 6. – C. 1173.
72. Farmer S. M., Van Dyne L., Kamdar D. The contextualized self: How team–member exchange leads to coworker identification and helping OCB // *Journal of Applied Psychology*. – 2015. – T. 100. – №. 2. – C. 583.
73. Faul F., Erdfelder E., Buchner A., Lang A.-G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses // *Behavior Research Methods*. T. 41. 1149–1160
74. Fedorova K. Transborder trade on the Russian-Chinese border: Problems of interethnic communication // *Subverting Borders*. – VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2012. – C. 107-128.
75. Fisher R., Shapiro D. *Beyond reason: Using emotions as you negotiate*. – Penguin, 2005.
76. Frisby B. N., Westerman D. Rational actors: Channel selection and rational choices in romantic conflict episodes // *Journal of Social and Personal Relationships*. – 2010. – T. 27. – №. 7. – C. 970-981.
77. Ganesan S. Negotiation strategies and the nature of channel relationships // *Journal of marketing research*. – 1993. – T. 30. – №. 2. – C. 183-203.
78. Gao G. An initial analysis of the effects of face and concern for other in Chinese interpersonal communication // *International Journal of Intercultural Relations*. – 1998. – T. 22. – №. 4. – C. 467-482.
79. Gao G., Ting-Toomey S. *Communicating effectively with the Chinese*. – Sage Publications, 1998.
80. Gao W., Liu Y., Qian L. The personal touch of business relationship: A study of the determinants and impact of business friendship // *Asia Pacific Journal of Management*. – 2016. – T. 33. – №. 2. – C. 469-498.

81. Garber-Barron M., Si M. The role of gender and age on user preferences in narrative experiences //International Conference on Interactive Digital Storytelling. – Springer, Cham, 2013. – C. 114-120.
82. Gelfand M. J., Major V. S., Raver J. L., Nishii L. H., O'Brien K. Negotiating relationally: The dynamics of the relational self in negotiations //Academy of Management Review. – 2006. – T. 31. – №. 2. – C. 427-451.
83. Gelfand M. Rule makers, rule breakers: Tight and loose cultures and the secret signals that direct our lives. – Scribner, 2019.
84. Gelfand M., Dyer N. A cultural perspective on negotiation: Progress, pitfalls, and prospects //Applied Psychology. – 2000. – T. 49. – №. 1. – C. 62-99.
85. Gergen K. J., Gergen M. (ed.). Social construction: A reader. – Sage, 2003.
86. Goffman E. On face-work //Interaction ritual. – 1967. – C. 5-45.
87. Goffman E. On face-work: An analysis of ritual elements in social interaction //Psychiatry. – 1955. – T. 18. – №. 3. – C. 213-231.
88. Goffman E. Stigma: Notes on the management of spoiled identity. Englewood Cliffs: Prentice - Hall, 1963.
89. Golato A., Taleghani-Nikazm C. Negotiation of face in web chats. – 2006.
90. Gong, P., Guo, W., Zhang, X., Cao, K., Wang, Q., Zhang, M., ... & Zhou, X. Associations of Chinese social face with cortisol level and glucocorticoid receptor gene //Current Psychology. – 2021. – C. 1-9.
91. Gray R., Robertson L. Effective internal communication starts at the top help executives understand the need for clear, concise communication //Communication World San Francisco. – 2005. – T. 22. – №. 4. – C. 26.
92. Guan X., Lee H. E. Fight and flight: A multilevel analysis of facework strategies in intercultural face-threatening acts //International Journal of Intercultural Relations. – 2017. – T. 58. – C. 69-81.

93. Guan X., Lee H. E. Fight and flight: A multilevel analysis of facework strategies in intercultural face-threatening acts //International Journal of Intercultural Relations. – 2017. – T. 58. – C. 69-81.
94. Guan X., Park H. S., Lee H. E. Cross-cultural differences in apology //International Journal of Intercultural Relations. – 2009. – T. 33. – №. 1. – C. 32-45.
95. Gudykunst W. B., Nishida T. Bridging Japanese/North American differences. – Sage, 1994. – T. 1.
96. Gunia B. C., Brett J. M., Gelfand M. J. The science of culture and negotiation //Current Opinion in Psychology. – 2016. – T. 8. – C. 78-83.
97. Hall E. T., Hall M. R. Key concepts: Underlying structures of culture //International HRM: Managing diversity in the workplace. – 2001. – T. 24.
98. Halualani R. T., Nakayama T. K. Critical intercultural communication studies: At a crossroads //The handbook of critical intercultural communication. – 2010. – C. 1-16.
99. Han K. H. The feeling of “face” in Confucian society: From a perspective of psychosocial equilibrium //Frontiers in psychology. – 2016. – T. 7. – C. 1055.
100. Hart Research Associates. Recent trends in general education design, learning outcomes, and teaching approaches: Key findings from a survey among administrators at AAC&U member institutions. – 2016.
101. Haugh M. The importance of “place” in Japanese politeness: Implications for cross-cultural and intercultural analyses. – 2005.
102. Haugh M., Bargiela-Chiappini F. Face and interaction //Face, communication and social interaction. – 2009. – C. 1-30.
103. Haugh M., Hinze C. A metalinguistic approach to deconstructing the concepts of ‘face’ and ‘politeness’ in Chinese, English and Japanese //Journal of Pragmatics. – 2003. – T. 35. – №. 10-11. – C. 1581-1611.

104. Headland T. N., Pike K. L., Harris M. E. Emics and etics: The insider/outsider debate //This book had its genesis at a symposium of the 87th Annual Meeting of the American Anthropological Association in Phoenix, Arizona, on Nov 19, 1988. – Sage Publications, Inc, 1990.
105. Hecht M. L. et al. The communication theory of identity //Theorizing about intercultural communication. – 2005. – C. 257-278.
106. Hecht M. L., Collier M. J., Ribeau S. A. African American communication: Ethnic identity and cultural interpretation. – Sage Publications, Inc, 1993.
107. Hinze C. Looking into ‘face’: The importance of Chinese mian and lian as emic categories //Asian business discourse (s). – 2005. – C. 169-210.
108. Ho D. Y. F. Conceptualization to Measurement //Challenge of Facework, The: Cross-Cultural and Interpersonal Issues. – 1994. – C. 269.
109. Ho D. Y. On the concept of face //American journal of sociology. – 1976. – T. 81. – №. 4. – C. 867-884.
110. Hodgins H. S., Koestner R., Duncan N. On the compatibility of autonomy and relatedness //Personality and Social Psychology Bulletin. – 1996. – T. 22. – №. 3. – C. 227-237.
111. Hofstede G. Culture's recent consequences: Using dimension scores in theory and research //International Journal of cross-cultural management. – 2001. – T. 1. – №. 1. – C. 11-17.
112. Hogg M. A. The social psychology of group cohesiveness: From attraction to social identity. – 1992.
113. Holliday A. Culture, communication, context, and power //The Routledge handbook of language and intercultural communication. – Routledge, 2020. – C. 39-54.
114. Holtgraves T. Evaluating the problem gambling severity index //Journal of gambling studies. – 2009. – T. 25. – №. 1. – C. 105.

115. Holtgraves T. Face, politeness and interpersonal variables: Implications for language production and comprehension //Face, communication, and social interaction. – 2009. – C. 198-207.
116. Huang D., Chikov M. V. Integration of Strategic and Cross-Cultural Communication from an Economic Perspective: A Case Study of Russia and China //Global Economics and Management: Transition to Economy 4.0. – Springer, Cham, 2019. – C. 167-177.
117. Hui V. K. Y., Bond M. H. Target's face loss, motivations, and forgiveness following relational transgression: Comparing Chinese and US cultures //Journal of Social and Personal Relationships. – 2009. – T. 26. – №. 2-3. – C. 123-140.
118. Imahori T. T., Cupach W. R. Identity management theory //Theorizing about intercultural communication. – 2005. – C. 195-210.
119. Ingerson M. C., DeTienne K. B., Liljenquist K. A. Beyond instrumentalism: A relational approach to negotiation //Negotiation Journal. – 2015. – T. 31. – №. 1. – C. 31-46.
120. Ingram P., Roberts P. W. Friendships among competitors in the Sydney hotel industry //American journal of sociology. – 2000. – T. 106. – №. 2. – C. 387-423.
121. Isen A. M. An influence of positive affect on decision making in complex situations: Theoretical issues with practical implications //Journal of consumer psychology. – 2001. – T. 11. – №. 2. – C. 75-85.
122. Jackson R. L. Cultural contracts theory: Toward an understanding of identity negotiation //Communication Quarterly. – 2002. – T. 50. – №. 3-4. – C. 359-367.
123. Jenks C., Bhatia A., Lou J. The discourse of culture and identity in national and transnational contexts. – 2013.
124. Jiao J., Xu D., Zhao X. The Development and Validation of an Intercultural Business Communication Competence Scale: Evidence From Mainland China //SAGE Open. – 2020. – T. 10. – №. 4. – C. 2158244020971614.

125. Kameda N. A research paradigm for international business communication //Corporate Communications: An International Journal. – 2005.
126. Kecskes I. Context-dependency and impoliteness in intercultural communication //Journal of Politeness Research. – 2017. – T. 13. – №. 1. – C. 7-31.
127. Keil M., Im G. P., Mähring M. Reporting bad news on software projects: the effects of culturally constituted views of face-saving //Information Systems Journal. – 2007. – T. 17. – №. 1. – C. 59-87.
128. Kern M.C., Lee S., Aytug Z., Brett J.M. Bridging social distance in inter-cultural negotiations: “You” and the bicultural negotiator. Int J Conflict Manage 2012, 23:173-191.
129. Kim J. Y., Nam S. H. The concept and dynamics of face: Implications for organizational behavior in Asia //Organization Science. – 1998. – T. 9. – №. 4. – C. 522-534.
130. Kim W., Guan X., Park H. S. Face and facework: A cross-cultural comparison of managing politeness norms in US and Korea //International Journal of Communication. – 2012. – T. 6. – C. 19.
131. Kim Y. Y. Achieving synchrony: A foundational dimension of intercultural communication competence //International Journal of Intercultural Relations. – 2015. – T. 48. – C. 27-37.
132. Kim Y. Y. Association and dissociation: A contextual theory of interethnic communication // Theorizing about Intercultural Communication / W.B. Gudykunst. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. 2005. P. 323–349.
133. Kirsch I. et al. America's perfect storm: Three forces changing our nation's future //Educational Testing Service. – 2007.
134. Kristof-Brown A. L., Stevens C. K. Goal congruence in project teams: Does the fit between members' personal mastery and performance goals matter? //Journal of applied psychology. – 2001. – T. 86. – №. 6. – C. 1083.

135. Kristof-Brown A., Barrick M. R., Franke M. Applicant impression management: Dispositional influences and consequences for recruiter perceptions of fit and similarity //Journal of Management. – 2002. – T. 28. – №. 1. – C. 27-46.
136. Kroger J. Identity development: Adolescence through adulthood. – Sage publications, 2006.
137. Lee H. E. et al. Cultural differences between Japan and the United States in uses of “apology” and “thank you” in favor asking messages //Journal of Language and Social Psychology. – 2012. – T. 31. – №. 3. – C. 263-289.
138. Lee S. Judgment of ingroups and outgroups in intra-and intercultural negotiation: The role of interdependent self-construal in judgment timing //Group Decision and Negotiation. – 2005. – T. 14. – №. 1. – C. 43-62.
139. Li J., Furst-Holloway S., Masterson S. S., Gales L. M., Blume B. D. Leader-member exchange and leader identification: comparison and integration //Journal of Managerial Psychology. – 2018.
140. Light J., Drager K. AAC technologies for young children with complex communication needs: State of the science and future research directions //Augmentative and alternative communication. – 2007. – T. 23. – №. 3. – C. 204-216.
141. Lim T. S., Bowers J. W. Facework solidarity, approbation, and tact //Human communication research. – 1991. – T. 17. – №. 3. – C. 415-450.
142. Liu L. A. et al. The dynamics of consensus building in intracultural and intercultural negotiations //Administrative Science Quarterly. – 2012. – T. 57. – №. 2. – C. 269-304.
143. Liu L. A., Adair W. L. Intercultural communication in international negotiation //The international encyclopedia of intercultural communication. – 2017. – C. 1-14.
144. Liu L. A., Adair W. L., Bello D. C. Fit, misfit, and beyond fit: Relational metaphors and semantic fit in international joint ventures //Language in International Business. – Palgrave Macmillan, Cham, 2017. – C. 254-292.

145. Liu L. A., Friedman R. A., Chi S. 'Ren Qing' versus the 'Big Five' The Role of Culturally Sensitive Measures of Individual Difference in Distributive Negotiations //Management and Organization Review. – 2005. – T. 1. – №. 2. – C. 225-247.
146. Luo Y., Shenkar O. An empirical inquiry of negotiation effects in cross-cultural joint ventures //Journal of International Management. – 2002. – T. 8. – №. 2. – C. 141-162.
147. MacMartin C., Wood L. A., Kroger R. O. Facework //The new handbook of language and social psychology. – 2001. – C. 221-237.
148. Malamuth N. M., Addison T., Dovidio J. F., Penner L. A., Bazerman M. H., Curhan J. R., Moore D. A. Social Motivation //Blackwell Handbook of Social Psychology: Interpersonal Processes. – 2001. – C. 128.
149. Malle S. Russia and China in the 21st century. Moving towards cooperative behaviour //Journal of Eurasian Studies. – 2017. – T. 8. – №. 2. – C. 136-150.
150. Mao L. M. R. Beyond politeness theory: 'Face' revisited and renewed //Journal of pragmatics. – 1994. – T. 21. – №. 5. – C. 451-486.
151. Markus H. R., Kitayama S. Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation //Psychological review. – 1991. – T. 98. – №. 2. – C. 224.
152. Markus H. R., Kitayama S. The cultural psychology of personality //Journal of cross-cultural psychology. – 1998. – T. 29. – №. 1. – C. 63-87.
153. Matsumoto D., Hwang H. S. Cooperation and competition in intercultural interactions //International Journal of Intercultural Relations. – 2011. – T. 35. – №. 5. – C. 677-685.
154. Matveev A. V., Milter R. G. The value of intercultural competence for performance of multicultural teams //Team Performance Management: An International Journal. – 2004.
155. Mayer C. H. et al. Intra-and inter-group perceptions of Chinese and Tanzanian employees in intercultural cooperation //Proceedings of the 28th Annual Conference of

the Southern African Institute of Management Scientists. Retrieved August. – 2016. – T. 24. – C. 2017.

156. McLain D. L. The MSTAT-I: A new measure of an individual's tolerance for ambiguity //Educational and psychological measurement. – 1993. – T. 53. – №. 1. – C. 183-189.

157. Merkin R. S. Saving face in business: managing cross-cultural interactions. – Springer, 2017.

158. Merkin R. S. Uncertainty avoidance and facework: A test of the Hofstede model //International Journal of intercultural relations. – 2006. – T. 30. – №. 2. – C. 213-228.

159. Merkin R., Taras V., Steel P. State of the art themes in cross-cultural communication research: A systematic and meta-analytic review //International Journal of Intercultural Relations. – 2014. – T. 38. – C. 1-23.

160. Mestdagh S., Buelens M. Negotiation research and its evolving toolbox: An assessment of current methodological trends & practices. – 2003.

161. Metts S. Face and facework: Implications for the study of personal relationships //Communication and personal relationships. – 2003. – C. 77-93.

162. Metts S., Cupach W. R. Face theory //Engaging theories in interpersonal communication. – 2008. – C. 203-214.

163. Michailova S., Hutchings K. National cultural influences on knowledge sharing: A comparison of China and Russia //Journal of Management Studies. – 2006. – T. 43. – №. 3. – C. 383-405.

164. Miike Y. An Asiacentric reflection on Eurocentric bias in communication theory //Communication Monographs. – 2007. – T. 74. – №. 2. – C. 272-278.

165. Mohammed S., Dumville B. C. Team mental models in a team knowledge framework: Expanding theory and measurement across disciplinary boundaries //Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior. – 2001. – T. 22. – №. 2. – C. 89-106.

166. Mokros H. B. (ed.). Identity matters: Communication-based explorations and explanations. – Hampton Press (NJ), 2003.
167. Montes C., Rodríguez D., Serrano G. Affective choice of conflict management styles //International Journal of Conflict Management. – 2012.
168. Moore J. Performative face theory: A critical perspective on interpersonal identity work //Communication Monographs. – 2017. – T. 84. – №. 2. – C. 258-276.
169. Nakayama T. K., Martin J. N. Critical intercultural communication, Overview //The international encyclopedia of intercultural communication. – 2017. – C. 1-13.
170. Neuliep J. W., Johnson M. A cross-cultural comparison of Ecuadorian and United States face, facework, and conflict styles during interpersonal conflict: An application of face-negotiation theory //Journal of International and Intercultural Communication. – 2016. – T. 9. – №. 1. – C. 1-19.
171. Ng R. Intercultural communication in the hospitality and tourism industry: A study of message design logic across two cultures. – 2017.
172. Nguyen-Phuong-Mai M. Culturally appropriate face strategies in cooperative learning with insight from cultural neuroscience //Comparative Education. – 2019. – T. 55. – №. 1. – C. 66-96.
173. O'Connor K. M., Arnold J. A., Maurizio A. M. The prospect of negotiating: Stress, cognitive appraisal, and performance //Journal of Experimental Social Psychology. – 2010. – T. 46. – №. 5. – C. 729-735.
174. O'Driscoll J. Brown & Levinson's face: How it can—and can't—help us to understand interaction across cultures. – 2007.
175. Oetzel J. G. Effective intercultural workgroup communication theory //Theorizing about intercultural communication. – 2005. – C. 351-371.
176. Oetzel J. G., McDermott V. M., Torres A., Sanchez C. The impact of individual differences and group diversity on group interaction climate and satisfaction: A test of the effective intercultural workgroup communication theory //Journal of International and Intercultural Communication. – 2012. – T. 5. – №. 2. – C. 144-167.

177. Oetzel J. G., Ting-Toomey S. Face concerns in interpersonal conflict: A cross-cultural empirical test of the face negotiation theory //Communication research. – 2003. – T. 30. – №. 6. – C. 599-624.
178. Oetzel J., Garcia A. J., Ting-Toomey S. An analysis of the relationships among face concerns and facework behaviors in perceived conflict situations: A four-culture investigation //International Journal of Conflict Management. – 2008.
179. Oetzel J., Ting-Toomey, S., Masumoto, T., Yokochi, Y., Pan, X., Takai, J., Wilcox, R. Face and facework in conflict: A cross-cultural comparison of China, Germany, Japan, and the United States //Communication Monographs. – 2001. – T. 68. – №. 3. – C. 235-258.
180. Ogan A, Aleven V, Kim J, Jones C: Intercultural negotiation with virtual humans: the effect of social goals on gameplay and learning. Intelligent Tutoring Systems. Springer; 2010:174-183.
181. Oliver R. L., Balakrishnan P. V. S., Barry B. Outcome satisfaction in negotiation: A test of expectancy disconfirmation //Organizational Behavior and Human Decision Processes. – 1994. – T. 60. – №. 2. – C. 252-275.
182. Packman H. M., Casmir F. L. Learning from the Euro Disney experience: A case study in international/intercultural communication //Gazette (Leiden, Netherlands). – 1999. – T. 61. – №. 6. – C. 473-489.
183. Park J., Lee, J., Lee, H., & Truex, D. Exploring the impact of communication effectiveness on service quality, trust and relationship commitment in IT services //International Journal of Information Management. – 2012. – T. 32. – №. 5. – C. 459-468.
184. Patton C., Balakrishnan P. V. S. The impact of expectation of future negotiation interaction on bargaining processes and outcomes //Journal of Business Research. – 2010. – T. 63. – №. 8. – C. 809-816.

185. Pontari B. A., Schlenker B. R. The influence of cognitive load on self-presentation: Can cognitive busyness help as well as harm social performance? //Journal of personality and social psychology. – 2000. – T. 78. – №. 6. – C. 1092.
186. Poutiainen S. (ed.). Theoretical turbulence in intercultural communication studies. – Cambridge Scholars Publishing, 2014.
187. Pratt M. G. Hybrid and multiple organizational identities //The Oxford handbook of organizational identity. – 2016. – C. 106-120.
188. Purdy J. M., Nye P., Balakrishnan P. V. S. The impact of communication media on negotiation outcomes //International Journal of Conflict Management. – 2000.
189. Rahim M. A. A measure of styles of handling interpersonal conflict //Academy of Management journal. – 1983. – T. 26. – №. 2. – C. 368-376.
190. Rahim M. A., Garrett J. E., Buntzman G. F. Ethics of managing interpersonal conflict in organizations //Journal of Business Ethics. – 1992. – T. 11. – №. 5. – C. 423-432.
191. Rios J. A. et al. Identifying critical 21st-century skills for workplace success: A content analysis of job advertisements //Educational Researcher. – 2020. – T. 49. – №. 2. – C. 80-89.
192. Rubin J. Z., Pruitt D. G., Kim S. H. Social conflict: Escalation, stalemate, and settlement. – Mcgraw-Hill Book Company, 1994.
193. Ruhi Ş. Face as an indexical category in interaction //Journal of Pragmatics. – 2010. – T. 42. – №. 8. – C. 2131-2146.
194. Ruhi Ş., Işık-Güler H. Conceptualizing face and relational work in (im) politeness: Revelations from politeness lexemes and idioms in Turkish //Journal of pragmatics. – 2007. – T. 39. – №. 4. – C. 681-711.
195. Schegloff E. A. Sequence organization in interaction: A primer in conversation analysis I. – Cambridge university press, 2007. – T. 1.

196. Schlenker B. R., Pontari B. A. The strategic control of information: Impression management and self-presentation in daily life. – 2000.
197. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries //Advances in experimental social psychology. – Academic Press, 1992. – T. 25. – C. 1-65.
198. Schwarz S., Voeth M., Herbst U. Information asymmetry in buyer-seller negotiations and its impact on effectiveness, efficiency and satisfaction //26th IMP-conference in Budapest. – 2010.
199. Scollon R. Discourse identity, social identity, and confusion in intercultural communication //Intercultural Communication Studies. – 1997. – T. 6. – C. 1-16.
200. Scollon R. Plagiarism and ideology: Identity in intercultural discourse //Language in Society. – 1995. – T. 24. – №. 1. – C. 1-28.
201. Scollon R., Scollon S. W. Discourse and Intercultural Communication //The handbook of discourse analysis. – 2001. – C. 538.
202. Scollon R., Scollon S. W., Jones R. H. Intercultural communication: A discourse approach. – John Wiley & Sons, 2011.
203. See Y. H. M., Lim A. W. Q., Pauketat J. V. T. Values predict willingness to interact with immigrants: the role of cultural ideology and multicultural acquisition //Journal of Cross-Cultural Psychology. – 2020. – T. 51. – №. 1. – C. 3-24.
204. Setijadi N. N. The Architecture of Facework in Intercultural Virtual Work Team //Jurnal Komunikasi Indonesia. – 2019. – C. 114-123.
205. Shankarmahesh M. N., Ford J. B., LaTour M. S. Determinants of satisfaction in sales negotiations with foreign buyers: perceptions of US export executives //International Marketing Review. – 2004.
206. Shapiro D. L. Enemies, allies, and emotions: The role of emotions in negotiation. In M. L. Moffitt & R. C. Bordone (Eds.), The handbook of dispute resolution (pp. 66–82). 2005. New York, NY: Jossey Bass.

207. Shapiro D. L. Negotiating emotions //Conflict Resolution Quarterly. – 2002. – Т. 20. – №. 1. – С. 67-82.
208. Shapiro D. L. Relational identity theory: a systematic approach for transforming the emotional dimension of conflict //American Psychologist. – 2010. – Т. 65. – №. 7. – С. 634.
209. Shearman S. M., Dumlao R. A cross-cultural comparison of family communication patterns and conflict between young adults and parents //Journal of Family Communication. – 2008. – Т. 8. – №. 3. – С. 186-211.
210. Siebold K., Busch H. (No) need for clarity–facework in Spanish and German refusals //Journal of Pragmatics. – 2015. – Т. 75. – С. 53-68.
211. Sifianou M. On the concept of face and politeness //Politeness across cultures. – Palgrave Macmillan, London, 2011. – С. 42-58.
212. Simon B. Identity in modern society: A social psychological perspective. – John Wiley & Sons, 2008.
213. Simon S., Von Flotow L. Gender in translation: cultural identity & the politics of transmission //University of Toronto Quarterly. – 1997. – Т. 67. – №. 1. – С. 149.
214. Slangen A. H. L. A communication-based theory of the choice between greenfield and acquisition entry //Journal of Management Studies. – 2011. – Т. 48. – №. 8. – С. 1699-1726.
215. Smith J. J. Therapist Self-Disclosure with Adolescents: A Consensual Qualitative Research Study. 2009. [Electronic resource]. URL: http://epublications.marquette.edu/dissertations_mu/86
216. Smith P. B., Easterbrook M. J., Koc Y., Lun V. M. C., Papastylianou D., Grigoryan L., ... Chobthamkit P. Is an emphasis on dignity, honor and face more an attribute of individuals or of cultural groups? //Cross-Cultural Research. – 2021. – Т. 55. – №. 2-3. – С. 95-126.

217. Snir G: International business negotiations: do cultural differences matter? The case of India and Israel: research report. *Int J Indian Culture Business Manage.* 2014, 8:361-386.
218. Spencer-Oatey H. Theories of identity and the analysis of face // *Journal of pragmatics.* – 2007. – T. 39. – №. 4. – C. 639-656.
219. Spencer-Oatey H., Xing J. Interdisciplinary perspectives on interpersonal relations and the evaluation process: Culture, norms, and the moral order // *Journal of Pragmatics.* – 2019. – T. 151. – C. 141-154.
220. Spitzberg B. H. (Re) Introducing communication competence to the health professions // *Journal of Public Health Research.* – 2013. – T. 2. – №. 3.
221. Spitzberg B. H. Aggression, violence, and hurt in close relationships. – 2009.
222. Spitzberg B. H. Axioms for a theory of intercultural communication competence // *Enhance your intercultural communication learning experience.* – 2010.
223. Spitzberg B. H. Issues in the development of a theory of interpersonal competence in the intercultural context // *International journal of intercultural relations.* – 1989. – T. 13. – №. 3. – C. 241-268.
224. Stets J. E., Burke P. J. Identity theory and social identity theory // *Social psychology quarterly.* – 2000. – C. 224-237.
225. Stronski P., Ng N. Cooperation and Competition: Russia and China in Central Asia, the Russian Far East, and the Arctic. – Washington, DC: Carnegie Endowment for International Peace, 2018. – T. 28.
226. Stryker S. Identity theory and personality theory: mutual relevance. *Journal of Personality.* 2007, 75(6), pp. 1084–1101.
227. Stryker S. Symbolic interactionism: A social structural version. – Benjamin-Cummings Publishing Company, 1980.

228. Szkudlarek B., Osland J. S., Nardon L., Zander, L. Communication and culture in international business–Moving the field forward //Journal of World Business. – 2020. – T. 55. – №. 6. – C. 101126.
229. Tajfel H. et al. An integrative theory of intergroup conflict //Organizational identity: A reader. – 1979. – T. 56. – №. 65. – C. 9780203505984-16.
230. Tajfel H., Turner J. C. Intergroup behavior //Introducing social psychology. – 1978. – C. 401-466.
231. Tajfel H., Turner J. C. The Social Identity Theory of Inter-group Behavior, in S. Worchel and LW Austin (eds) Psychology of Intergroup Relations. Chicago: Nelson-Hall. – 1986.
232. Ting-Toomey S. Conflict face-negotiation theory: Tracking its evolutionary journey //Conflict management and intercultural communication. – Routledge, 2017. – C. 123-143.
233. Ting-Toomey S. et al. Culture, face maintenance, and styles of handling interpersonal conflict: A study in five cultures //International Journal of conflict management. – 1991.
234. Ting-Toomey S. et al. Ethnic/cultural identity salience and conflict styles in four US ethnic groups //International Journal of Intercultural Relations. – 2000. – T. 24. – №. 1. – C. 47-81.
235. Ting-Toomey S. The matrix of face: An updated face-negotiation theory //Theorizing about intercultural communication. – 2005. – C. 71-92.
236. Ting-Toomey S. Translating conflict face-negotiation theory into practice //Handbook of intercultural training. – 2004. – T. 3. – C. 217-248.
237. Ting-Toomey S., Kurogi A. Facework competence in intercultural conflict: An updated face-negotiation theory //International journal of intercultural relations. – 1998. – T. 22. – №. 2. – C. 187-225.

238. Ting-Toomey S., Oetzel J.G. Managing Intercultural Conflict Effectively. Thousand Oaks, CA: SAGE Publication. 2001. 234 c.
239. Tippmann E., Scott P. S., Mangematin V. Subsidiary managers' knowledge mobilizations: Unpacking emergent knowledge flows //Journal of World Business. – 2014. – T. 49. – №. 3. – C. 431-443.
240. Tremin D. True Partners?: How Russia and China See Each Other. – Centre for European Reform, 2012.
241. Triandis H. C. The self and social behavior in differing cultural contexts //Psychological review. – 1989. – T. 96. – №. 3. – C. 506.
242. Trubisky P., Ting-Toomey S., Lin S. L. The influence of individualism-collectivism and self-monitoring on conflict styles //International journal of intercultural relations. – 1991. – T. 15. – №. 1. – C. 65-84.
243. Tuncel, E., Kong, D. T., Parks, J. M., & van Kleef, G. A. Face threat sensitivity in distributive negotiations: Effects on negotiator self-esteem and demands //Organizational behavior and human decision processes. – 2020. – T. 161. – C. 255-273.
244. Turner J. C., Reynolds K. J. Self-categorization theory //Handbook of theories in social psychology. – 2011. – T. 2. – №. 1. – C. 399-417.
245. Ukosakul M. Conceptual metaphors motivating the use of Thai 'face' //Cognitive Linguistics and Non-Indo-European Languages. – De Gruyter Mouton, 2008. – C. 275-304.
246. Ukosakul M. The significance of 'face'and politeness in social interaction as revealed through Thai 'face'idioms //Broadening the horizon of linguistic politeness. – 2005. – T. 139. – C. 117.
247. Usunier J. C. Cultural aspects of international business negotiations //International business negotiations. – 2003. – T. 2. – C. 97-135.

248. Van Kleef G. A., De Dreu C. K. W., Manstead A. S. R. The interpersonal effects of anger and happiness in negotiations //Journal of personality and social psychology. – 2004. – T. 86. – №. 1. – C. 57.
249. Van Knippenberg D., Schippers M. C. Work group diversity //Annu. Rev. Psychol. – 2007. – T. 58. – C. 515-541.
250. Vasilyeva E. D., Lebedeva N. M. Sino-Russian Intercultural Communication Research: Literature Review //RUDN Journal of Psychology and Pedagogics. – 2020. – T. 17. – №. 1. – C. 51-63.
251. Vergis N. The interaction of the Maxim of Quality and face concerns: An experimental approach using the vignette technique //Journal of Pragmatics. – 2017. – T. 118. – C. 38-50.
252. Voeth M., Herbst U. Supply-chain pricing—A new perspective on pricing in industrial markets //Industrial Marketing Management. – 2006. – T. 35. – №. 1. – C. 83-90.
253. Von Thun F. S. Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen: Allgemeine Psychologie der Kommunikation. – Rowohlt Verlag GmbH, 2013. – T. 1.
254. Wang J. et al. Intercultural competences and job satisfaction of expatriates: the mediating effect of positive psychological well-being //International Journal of Organizational Innovation. – 2020. – T. 12. – №. 3.
255. Wang X., Walker G. J. The effect of face concerns on university students' leisure travel: A cross-cultural comparison //Journal of Leisure Research. – 2011. – T. 43. – №. 1. – C. 133-147.
256. Wilken R., Jacob F., Prime N. The ambiguous role of cultural moderators in intercultural business negotiations //International Business Review. – 2013. – T. 22. – №. 4. – C. 736-753.
257. Willis G. B. Cognitive interviewing: A tool for improving questionnaire design. – sage publications, 2004.

258. Willis P. Laboring in silence: Young lesbian, gay, bisexual, and queer-identifying workers' negotiations of the workplace closet in Australian organizations // *Youth & Society*. – 2011. – T. 43. – №. 3. – C. 957-981.
259. Wilson J. L. Soft power: A comparison of discourse and practice in Russia and China // *Europe-Asia Studies*. – 2015. – T. 67. – №. 8. – C. 1171-1202.
260. Wood J. T. Communication and relational culture: Bases for the study of human relationships // *Communication Quarterly*. – 1982. – T. 30. – №. 2. – C. 75-84.
261. Xiao X., Chen G. M. Communication competence and moral competence: A Confucian perspective // *Journal of Multicultural Discourses*. – 2009. – T. 4. – №. 1. – C. 61-74.
262. Yum J. O. Communication Competence: A Korean Perspective // *China Media Research*. – 2012. – T. 8. – №. 2.
263. Zaidman N. Cultural codes and languages strategies in business communication: Interactions between Israeli and Indian businesspeople // *Management Communication Quarterly*. – 2001. – T. 14. – №. 3. – C. 408-441.
264. Zaidman N., Holmes P. Business communication as cultural text: Exchange and feedback of promotional video clips // *International Journal of Intercultural Relations*. – 2009. – T. 33. – №. 6. – C. 535-549.
265. Zhang Q., Ting-Toomey S., Oetzel J. G. Linking emotion to the conflict face-negotiation theory: A US-China investigation of the mediating effects of anger, compassion, and guilt in interpersonal conflict // *Human Communication Research*. – 2014. – T. 40. – №. 3. – C. 373-395.
266. Zhang Y., Chen C. C. Developmental leadership and organizational citizenship behavior: Mediating effects of self-determination, supervisor identification, and organizational identification // *The Leadership Quarterly*. – 2013. – T. 24. – №. 4. – C. 534-543.
267. Zou X., Tam K. P., Morris M. W., Lee S. L., Lau I. Y. M., Chiu C. Y. Culture as common sense: Perceived consensus versus personal beliefs as mechanisms of cultural

influence //Journal of personality and social psychology. – 2009. – Т. 97. – №. 4. – С. 579.

268. Андреева Г. М. Презентации идентичности в контексте взаимодействия //Психологические исследования: электронный научный журнал. – 2012. – Т. 5. – №. 26. – С. 1-1.

269. Андреева Г. М. Социальная психология и социальные изменения //Психологический журнал. – 2005. – Т. 26. – №. 5. – С. 5-15.

270. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия. М.: Аспект Пресс, 2002.

271. Барский Ф.И., Кутузова Д.А. Представления об идентичности в рамках нарративного подхода. Мир психологии, 2004, 2(38), 67–77.

272. Батхина А. А., Лебедева Н. М. Предикторы выбора русскими стратегии поведения в межкультурном конфликте //Социальная психология и общество. – 2019. – Т. 10. – №. 1. – С. 70-91.

273. Бычихина О. В. Анализ основных коммуникативных моделей российского и китайского бизнес-дискурсов //Science for Education Today. – 2014. – №. 5 (21).

274. Вислогузов, В. В плюсе только Китай. Коммерсантъ, 141, от 09.08.2019. С. 2.

275. Владимирова Т. Е. О китайской языковой личности как субъекте общения //Русистика. – 2005. – №. 1.

276. Выготский Л. С. Развитие высших психических функций: из неопубликованных трудов. – Изд-во АПН СССР, 1960.

277. Гаухман М. Множественная идентичность как исследовательская проблема //Ab Imperio. – 2018. – Т. 2018. – №. 2. – С. 213-224.

278. Горобец Л. А. Взаимодействие культур России и Китая: проблема культурной совместимости //Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – №. 18 (272).

279. Григорян Л. К., Лебедева Н. М. Неформальные связи в организации: культурно-специфичный или универсальный феномен? //Организационная психология. – 2013. – Т. 3. – №. 1.
280. Гурулева Т. Л. Речевой портрет этнической языковой личности (сопоставительная характеристика китайской, русской и английской языковых личностей) //Культура и цивилизация. – 2017. – Т. 7. – №. 3А. – С. 196-205.
281. Золотарева А. А. Валидность и надежность русскоязычной версии шкалы самооценки М. Розенберга //Вестник Омского университета. Серия «Психология». – 2020. – №. 2.
282. Зуенко И. Российско-китайское сотрудничество: взгляд из региона //Контрапункт. – 2017. – №. 10. – С. 1.
283. Иванова М. Э. Межкультурный подход в обучении иностранным языкам //Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. – 2015. – №. 4. – С. 52-56.
284. Иванова Н. Л. Проблема психологического анализа социальной идентичности //Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2006. – Т. 3. – №. 4.
285. Ильин Е. П. Психология делового общения. – Издательский дом «Питер», 2017.
286. Колтунова М. В. Социокультурные конвенции и их регулирующая роль в деловом диалогическом общении //Русистика. – 2005. – №. 1.
287. Кутузова Д.А. Нарративная работа с парами... и много чего еще! Постнеклассическая психология. Социальный конструкционизм и нарративный подход, 2005, 1(2), 93–117.
288. Лавров, С. В. О российско-китайских отношениях стратегического партнерства. Министерство иностранных дел Российской Федерации. URL: <https://www.mid.ru/strategiceskoepartnerstvo-s-kitaem> (дата обращения: 03.12.2019).

289. Лебедева Н. М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. – Издательский дом Ключ-С, 1999. – С. 133-133.
290. Лебедева Н. М. Этническая и кросс-культурная психология. – 2011.
291. Новикова И. А., Гридунова М. В. Межкультурные различия представлений о невербальной коммуникации у российских и китайских студентов //Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. – 2011. – №. 3.
292. Орлов М. О. Межкультурная дискурсивная стратегия: социально-философский анализ взаимодействия России и Китая //Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2013. – Т. 13. – №. 2-1.
293. Преображенская А.О. Реализация позиции субъекта в автобиографическом нарративе. Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2007, 4(1), 142–150.
294. Ромек В. Г., Шварцер Р., Ерусалем М. Русская версия шкалы общей само-эффективности Р. Шварцера и М. Ерусалема //Иностранная психология. – 1996. – №. 7. – С. 71-77.
295. Селезнева Г. Я. Коммуникативное поведение китайских студентов и национальные этические признаки //Культура общения и ее формирование. – 2002. – С. 30-31.
296. Сидоренков А. В., Штроо В. А., Штильников Д. Е. Проявление уровней и компонентов идентичности работников в организации //Организационная психология. – 2020. – Т. 10. – №. 2.
297. Спешнев Н. А. Китайцы: особенности национальной психологии.-Санкт-Петербург: Каро. – 2011.
298. Стернин И. А. О некоторых особенностях китайского вербального коммуникативного поведения на фоне русского //Русское и китайское коммуникативное поведение. – 2002. – С. 14-24.

299. Стефаненко Т. Г. Этническая идентичность: от этнологии к социальной психологии //Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2009. – №. 2.
300. Тен Н. В. Образ России в современном Китае : дис. – М. : автореф. дис.... канд. ист. наук, 2012.
301. Тихвинский С. Л. Восприятие в Китае образа России. – Наука, 2008.
302. Хунюэ Ш. Коммуникативные неудачи в межкультурной коммуникации: дис. – Южно-Уральский государственный университет, 2017.
303. Цуйцуй В., Руженцева Н. Б. Китайское и русское обиходно-бытовое и деловое общение: формулы речевого этикета //Педагогическое образование в России. – 2016. – №. 10.
304. Чжан И. Коммуникативное поведение китайцев в восприятии россиян: дис. – 2016.
305. Шарков Ф. И., Якушина О. И. Концептуальные модели межкультурных отношений в процессе формирования идентичностей индивидов и групп //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – №. 2 (156). – С. 385-404.
306. Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9. № 2. С. 43–70.
307. Штроо В. А., Балакшин М. Е. Роль доверия в становлении и развитии успешных деловых партнерских отношений //Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. – 2015. – Т. 12.
308. Эриксон Э. Г., Алексеев А. А. Детство и общество. – Ленато, 1996. – С. 592.
309. Ядов В. А. Возможности совмещения теоретических парадигм в социологии //Социологический журнал. – 2003. – №. 3.

310. Якупов П. В., Чижикова Н. С. Практические рекомендации по преодолению этнокультурных барьеров в коммуникации между представителями русского и китайского этноса //Вестник университета. – 2017. – №. 7-8.

Приложение 1

Анкета для монокультурного контекста взаимодействия

Здравствуйте, уважаемый участник исследования!

Вы принимаете участие в исследовании, посвященном изучению взаимодействия в деловой среде. Исследование проводится в рамках диссертационного проекта в Национальном исследовательском университете Высшая школа экономики. Все собранные данные будут использоваться исключительно в научных целях, а представленная Вам анкета является полностью анонимной.

Пожалуйста, внимательно читайте инструкции к вопросам и отвечайте искренне и полно, не пропуская ни одного вопроса. Нам очень важно Ваше мнение по каждому вопросу.

Заполнение может занять от 20 до 40 минут. Пожалуйста, заполните опросник до самого конца, не бросайте на середине.

Если у вас появятся вопросы или желание пообщаться на тему исследования, Вы можете связаться со мной по почте edvasilyeva@hse.ru.

Заранее благодарю Вас за участие!

Васильева Екатерина

- I. Посмотрите краткие описания некоторых людей. Пожалуйста, прочтите каждое описание и отметьте, насколько каждый из этих людей похож или не похож на Вас? Для ответа используйте 6-балльную шкалу, где: 1 – «Совсем не похож на меня»; 2 - «Не похож на меня»; 3 – «Совсем чуть-чуть похож на меня»; 4 – «Немного похож на меня»; 5 – «В значительной степени похож на меня»; 6 – «Очень похож на меня».

		1	2	3	4	5	6
1	Для него важно придумывать новое и подходить ко всему творчески. Ему нравится делать все по-своему, своим оригинальным способом.						
2	Для него важно быть богатым. Он хочет, чтобы у него было много денег и дорогих вещей.						
3	Для него важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково. Он убежден, что у всех должны быть равные возможности в жизни.						
4	Для него важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает.						
5	Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности.						
6	Ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия. Он считает, что для него в жизни важно попробовать много разного.						
7	Он убежден, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди должны всегда следовать правилам, даже если никто за этим не следит.						
8	Для него важно выслушивать мнение других, отличающихся от него людей. Даже когда он с ними не согласен, он все равно хочет понять их точку зрения.						
9	Для него важно быть простым и скромным. Он старается не привлекать к себе внимание.						
10	Для него важно хорошо проводить время. Ему нравится себя баловать.						
11	Для него важно самому принимать решения о том, что и как делать. Ему нравится быть свободным и не зависеть от других.						
12	Для него очень важно помогать окружающим людям. Ему хочется заботиться об их благополучии.						

13	Для него важно быть очень успешным. Он надеется, что люди признают его достижения.						
14	Для него важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность во всех отношениях. Он хочет, чтобы государство было сильным и могло защитить своих граждан.						
15	Он ищет приключений и ему нравится рисковать. Он хочет жить полной событиями жизнью.						
16	Для него важно всегда вести себя правильно. Он старается не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить.						
17	Для него важно, чтобы его уважали. Он хочет, чтобы люди делали так, как он скажет.						
18	Для него важно быть верным своим друзьям. Он хотел бы посвятить себя близким людям.						
19	Он твердо верит, что люди должны беречь природу. Для него важно заботиться об окружающей среде.						
20	Он ценит традиции. Он старается следовать религиозным и семейным обычаям.						
21	Он ищет любую возможность повеселиться. Для него важно заниматься тем, что доставляет ему удовольствие.						

II. В дальнейшем вы встретите вопросы про общение с вашим коллегой или деловым партнером. Вспомните конфликтную ситуацию с вашим партнером или коллегой. Конфликтом может быть любое несогласие с вашим коллегой или партнером, будь то различие точек зрения, взглядов, интересов или целей.

1. Коллега или деловой партнер, ситуацию общения с которым вы представили, -

1) Можно сказать, что мы равны по статусу

2) Это мой руководитель

3) Это мой подчиненный

2. Коллега или деловой партнер, ситуацию общения с которым вы представили, -

1) Мужчина

2) Женщина

3. Прочтите утверждения и оцените, насколько ваше поведение в ситуации, о которой вы вспомнили, соответствует описанному в утверждениях.

		Полностью не согласен	Скорее не согласен	Не уверен	Скорее согласен	Полностью согласен
1	Для меня было важно сохранить взаимное уважение друг к другу					
2	Для меня была важна гармония в отношениях					
3	Я старался получить совет от третьих лиц, чтобы понять, как мне примирить разногласия					
4	Мне было важно не испытывать стыда за себя					
5	Я старался не задеть гордость другого человека					
6	Я резко высказывался в сторону своего собеседника					
7	Я старался вести себя скромней, чтобы мой коллега чувствовал себя комфортно					
8	Мне важно было помочь другому человеку сохранить его/ее достоинство					
9	Я пытался вместе с партнером найти решение, приемлемое для нас обоих					
10	Я хотел сохранить свое достоинство перед другим человеком					
11	Для меня было важно мирное разрешение конфликта					
12	Я пытался испортить репутацию своего партнера за его спиной					
13	Я пошел на уступки, чтобы выйти из конфликтной ситуации					
14	Я мог дать партнеру неполную информацию, что могло подорвать его авторитет					
15	Я старался найти компромисс со своим собеседником					

16	Мне было важно, чтобы не была задета моя гордость					
17	Я пытался учитывать обе точки зрения в нашей дискуссии					
18	Я согласился сделать так, как хотел мой собеседник					
19	Я хотел, чтобы кто-то еще поговорил с моим партнером на спорную тему					
20	Я согласился с собеседником, чтобы не провоцировать конфликт					
21	Я хотел привлечь третью сторону на переговоры с партнером, чтобы он помог разрешить конфликтную ситуацию					

4. Попробуйте оценить, насколько Вы удовлетворены вашим взаимодействием с этим коллегой/партнером?

5. Попробуйте оценить, насколько Ваш партнер/коллега удовлетворен вашим взаимодействием?

6. Есть ли у вас желание продолжать общение с этим партнером/коллегой?

III. В заключение несколько вопросов, которые необходимы для формирования полной статистической картины.

1. Сколько Вам лет? _____

2. Ваш пол: мужской [] женский []

Благодарим за участие в нашем исследовании!

Приложение 2

Анкета для межкультурного контекста взаимодействия

Здравствуйте, уважаемый участник исследования!

Вы принимаете участие в исследовании, посвященном изучению взаимодействия в деловой среде. Исследование проводится в рамках диссертационного проекта в Национальном исследовательском университете Высшая школа экономики. Все собранные данные будут использоваться исключительно в научных целях, а представленная Вам анкета является полностью анонимной.

Пожалуйста, внимательно читайте инструкции к вопросам и отвечайте искренне и полно, не пропуская ни одного вопроса. Нам очень важно Ваше мнение по каждому вопросу.

Заполнение может занять от 20 до 40 минут. Пожалуйста, заполните опросник до самого конца, не бросайте на середине.

Если у вас появятся вопросы или желание пообщаться на тему исследования, Вы можете связаться со мной по почте edvasilyeva@hse.ru.

Заранее благодарю Вас за участие!

Васильева Екатерина

- I. Посмотрите краткие описания некоторых людей. Пожалуйста, прочтите каждое описание и отметьте, насколько каждый из этих людей похож или не похож на Вас? Для ответа используйте 6-балльную шкалу, где: 1 – «Совсем не похож на меня»; 2 - «Не похож на меня»; 3 – «Совсем чуть-чуть похож на меня»; 4 – «Немного похож на меня»; 5 – «В значительной степени похож на меня»; 6 – «Очень похож на меня».

		1	2	3	4	5	6
1	Для него важно придумывать новое и подходить ко всему творчески. Ему нравится делать все по-своему, своим оригинальным способом.						
2	Для него важно быть богатым. Он хочет, чтобы у него было много денег и дорогих вещей.						
3	Для него важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково. Он убежден, что у всех должны быть равные возможности в жизни.						
4	Для него важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает.						
5	Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности.						
6	Ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия. Он считает, что для него в жизни важно попробовать много разного.						
7	Он убежден, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди должны всегда следовать правилам, даже если никто за этим не следит.						
8	Для него важно выслушивать мнение других, отличающихся от него людей. Даже когда он с ними не согласен, он все равно хочет понять их точку зрения.						
9	Для него важно быть простым и скромным. Он старается не привлекать к себе внимание.						
10	Для него важно хорошо проводить время. Ему нравится себя баловать.						
11	Для него важно самому принимать решения о том, что и как делать. Ему нравится быть свободным и не зависеть от других.						
12	Для него очень важно помогать окружающим людям. Ему хочется заботиться об их благополучии.						

13	Для него важно быть очень успешным. Он надеется, что люди признают его достижения.						
14	Для него важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность во всех отношениях. Он хочет, чтобы государство было сильным и могло защитить своих граждан.						
15	Он ищет приключений и ему нравится рисковать. Он хочет жить полной событиями жизнью.						
16	Для него важно всегда вести себя правильно. Он старается не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить.						
17	Для него важно, чтобы его уважали. Он хочет, чтобы люди делали так, как он скажет.						
18	Для него важно быть верным своим друзьям. Он хотел бы посвятить себя близким людям.						
19	Он твердо верит, что люди должны беречь природу. Для него важно заботиться об окружающей среде.						
20	Он ценит традиции. Он старается следовать религиозным и семейным обычаям.						
21	Он ищет любую возможность повеселиться. Для него важно заниматься тем, что доставляет ему удовольствие.						

II. В дальнейшем вы встретите вопросы про общение с вашим коллегой или деловым партнером из другой страны. Вспомните конфликтную ситуацию с вашим партнером или коллегой. Конфликтом может быть любое несогласие с вашим коллегой или партнером, будь то различие точек зрения, взглядов, интересов или целей.

1. Подумайте, про кого вы будете отвечать. Напишите культурную принадлежность этого человека здесь (например, англичанин/ китаец/ египтянин):

2. На каком языке вы общаетесь с этим партнером/коллегой?

3. Коллега или деловой партнер, ситуацию общения с которым вы представили, -

1) Можно сказать, что мы равны по статусу

2) Это мой руководитель

3) Это мой подчиненный

4. Коллега или деловой партнер, ситуацию общения с которым вы представили, -

1) Мужчина

2) Женщина

5. Прочтите утверждения и оцените, насколько ваше поведение в ситуации, о которой вы вспомнили, соответствует описанному в утверждениях.

		Полностью не согласен	Скорее не согласен	Не уверен	Скорее согласен	Полностью согласен
1	Для меня было важно сохранить взаимное уважение друг к другу					
2	Для меня была важна гармония в отношениях					
3	Я старался получить совет от третьих лиц, чтобы понять, как мне примирить разногласия					
4	Мне было важно не испытывать стыда за себя					
5	Я старался не задеть гордость другого человека					
6	Я резко высказывался в сторону своего собеседника					
7	Я старался вести себя скромней, чтобы мой коллега чувствовал себя комфортно					
8	Мне важно было помочь другому человеку сохранить его/ее достоинство					
9	Я пытался вместе с партнером найти решение, приемлемое для нас обоих					
10	Я хотел сохранить свое достоинство перед другим человеком					
11	Для меня было важно мирное разрешение конфликта					

12	Я пытался испортить репутацию своего партнера за его спиной					
13	Я пошел на уступки, чтобы выйти из конфликтной ситуации					
14	Я мог дать партнеру неполную информацию, что могло подорвать его авторитет					
15	Я старался найти компромисс со своим собеседником					
16	Мне было важно, чтобы не была задета моя гордость					
17	Я пытался учитывать обе точки зрения в нашей дискуссии					
18	Я согласился сделать так, как хотел мой собеседник					
19	Я хотел, чтобы кто-то еще поговорил с моим партнером на спорную тему					
20	Я согласился с собеседником, чтобы не провоцировать конфликт					
21	Я хотел привлечь третью сторону на переговоры с партнером, чтобы он помог разрешить конфликтную ситуацию					

6. Попробуйте оценить, насколько Вы удовлетворены вашим взаимодействием с этим коллегой/партнером?

7. Попробуйте оценить, насколько Ваш партнер/коллега удовлетворен вашим взаимодействием?

8. Есть ли у вас желание продолжать общение с этим партнером/коллегой?

III. В заключение несколько вопросов, которые необходимы для формирования полной статистической картины.

1. Сколько Вам лет? _____

2. Ваш пол: мужской [] женский []

Благодарим за участие в нашем исследовании!