

Chinezen zijn 'anders'. Chinezen vinden niet-Chinezen ook 'anders'. Het cultuurverschil met China wordt door niet-Chinezen als groot ervaren, als betref het een heel andere cultuur. Maar wat is dat eigenlijk, een andere cultuur? Dit sociologische vraagstuk is aanleiding voor tal van modellen en theorieën. China Nu sprak erover met de Vlaamse sinologe Jeanne Boden, auteur van *De essentie van China*.

Het wezen van de Chinees

door Arno Boersma en David Engelhard



Kim Trouwborst

Recensie

door Huibert de Man

Een handleiding voor China

Wat moet je van China en de Chinezen weten om als buitenlander in China te werken of in Europa met Chinezen samen te werken? Eigenlijk best veel, zo is mijn persoonlijke ervaring. Je moet iets weten van de taal, ook al spreek je die niet. Het is noodzakelijk om een idee van de lange geschiedenis van het land te hebben, niet alleen van het turbulente recente verleden, waarover Chinezen zelf niet zo gemakkelijk praten, maar ook van het oude China met zijn keizerlijke dynastieën. Je moet in China ook iets weten over de omgangsvormen, over thee, over de betekenis van kleuren, over yin en yang. Wie zaken doet in China, kan niet zonder inzicht in het bankwezen, het rechtssysteem, de verschillende ondernemingsvormen en eigenaardigheden van de Chinese bedrijfscultuur.

Al dit soort informatie vindt de lezer in de bijna 250 pagina's van het recent verschenen boek van Jeanne Boden. Het is bedoeld om buitenlanders te helpen om in de Chinese maatschappij te functioneren. De nadruk ligt daarbij op cultuur en communicatie. Als we meer weten en begrijpen van de Chinese cultuur, zo is de veronderstelling, dan wordt het gemakkelijker om goed te communiceren. En, zoals de auteur zelf opmerkt: we weten eigenlijk heel weinig van dit land. Het gevolg is dat ons denken over China voor een belangrijk deel door oppervlakkige beeldvorming wordt bepaald, variërend van eenzijdige succesverhalen over investeren in China tot doemscenario's over de toekomst van de Chinese economie en politiek.

Als tegenwicht tegen deze oppervlakkige beeldvorming geeft dit boek in goed leesbaar en eenvoudig Nederlands genuanceerde informatie. Na een tweetal hoofdstukken over 'aardrijkskunde en geschiedenis', als noodzakelijke achtergrond, geeft de auteur inzicht in de filosofische wortels van de cultuur. Het hiërarchische denken en de gerichtheid op harmonie van Confucius krijgen veel aandacht, maar ook het taoïsme, met zijn hang naar een natuurlijke orde.

In een hoofdstuk over 'interpersoonlijke contacten' komt het voor China kenmerkende systeem van wederkerige diensten en plichten binnen het eigen netwerk (*guanxi*) aan de orde, een traditie die gestoeld is op de Confuciusaanse ethiek. De centrale betekenis van de familie in relatie tot mensen buiten de eigen groep wordt helder besproken en de praktische consequenties ervan. Ook het voor buitenlanders soms moeilijke begrip 'gezicht' komt in zijn verschillende verschijningsvormen aan de orde. Over praktische zaken als onderhandelen met Chinezen worden eveneens uitermate nuttige dingen geschreven. Daarnaast komt de lezer meer te weten over economie en bedrijfsleven, over de structuur van bedrijven, het veranderende karakter van de 'werkeenheid', het afbrokkelende sociale stelsel en de privatisering van staatsbedrijven, om maar een paar onderwerpen te noemen. Aan de economie en het rechtstelsel zijn twee hoofdstukken gewijd die onmisbare basiskennis bevatten voor alle managers en zakenlui die iets met China te maken hebben.

Minder overtuigend, en vooral te weinig kritisch, vond ik de hoofdstukken over economie, maatschappij en bedrijfsleven. Die zijn in mijn ogen onvolledig. Ook is het een gemis dat eenvoudige kwantitatieve gegevens ontbreken, zoals de omvang van de export in vergelijking met andere landen of cijfers over buitenlandse investeringen. Bij het verhaal over het bedrijfsleven ontbreekt specifieke aandacht voor marketing en investeringsstrategie. Ondanks deze kanttekeningen is het boek van Jeanne Boden een aanrader.

Jeanne Boden, *De essentie van China: communicatie, cultuur, commitment*, Bussum: Coutinho, 2006, € 24,50.

Dr. Huibert de Man is universitair hoofddocent managementwetenschappen aan de Open Universiteit en is tevens regelmatig actief als docent in China, e-mail huibert.deman@ou.nl

De Nederlander Geert Hofstede maakte naam met een methode waarmee cultuurverschillen kunnen worden gemeten. Hij keek ondermeer naar de mate waarin hiërarchische verhoudingen een rol spelen en naar de rol van het individu versus die van de groep. Hofstede heeft speciaal ten aanzien van China nogal wat onderzoek gedaan – waarschijnlijk ook vanuit de gedachte dat China nog 'extra anders' was dan gewoon andere culturen. Hij kwam tot de conclusie dat wie de Chinese cultuur wil meten, een waardeschaal moet hanteren voor begrippen als 'volharding', 'schaamtegevoel', 'status', 'gezichtsverlies' en 'respect voor traditie'. China en andere door Confucius beïnvloede culturen, zoals Japan, Korea en Singapore, scoren hoog op deze waardeschaal.

Hofstede bracht deze culturele waarden in direct verband met economische groei begin jaren '90. Een eeuw eerder werden de confucianistische waarden juist opgevoerd als verklaring voor China's vermeende achterstand.

Buitenlanders in China, bijvoorbeeld zakenmensen, lopen nogal eens op tegen communicatieproblemen. Deze problemen worden – al dan niet terecht – vaak toegeschreven aan cultuurverschillen. Wij spraken met de Vlaamse sinologe Jeanne Boden, auteur van *De essentie van China*.

Vanwaar uw belangstelling voor China?

"Ik heb altijd een fascinatie gehad voor de Chinese taal. Ik had vroeger Chinese karakters op mijn muur geschilderd zonder dat ik wist dat ze Chinees waren. Taal geeft inzicht in de cultuur en de Chinese taal is zo rijk, dat je een heel leven kunt spenderen en dan nog niet alles weet. Hoe meer je je in de taal verdiept, hoe meer je ook de cultuur begint te doorgronden."

En de cultuur op straat...

"Van gewoon observeren op straat kun je veel leren. Onlangs was ik in Shanghai, waar zowat iedereen in het weekend aan *windowshoppen* doet.

Er zijn podia met reclamecampagnes die de hele dag doorgaan en dan zie je hoe het publiek wordt bespeeld. Eerst wordt een korte uitleg gegeven over het betreffende bedrijf en zijn nieuwe producten en dan begint er een quiz over het vertelde. Iedereen kan meedoen en er zijn prijzen te verdelen. Dat duurt een hele dag. Natuurlijk is er ook muziek en dans bij, een soort westerse opera maar dan met minirokjes. De mensen op het podium gaan gekleed in traditionele kledij. Chinezen zijn zich zeer bewust van hun eeuwenoude cultuur. Tegelijk wordt de kwaliteit van producten uit het Westen op dit soort bijeenkomsten benadrukt. De kennisquiz en het spelelement zijn van essentieel belang, evenals het groepselement, iedereen maakt samen plezier. Ik vind het boeiend om dit te observeren."

Wat is dan het verband met de oude cultuurfilosofie?

"In China laten mensen elkaar erg vrij in de openbare ruimte. Mensen doen plots oefeningen op straat en niemand kijkt ervan op. Aan de andere kant is de sociale controle heel groot. De paradoxen in China zijn volgens mij te herleiden tot twee dominante filosofieën, het confucianisme en het taoïsme. Enerzijds is er de behoefte om alles onder controle te hebben en alles vast te leggen tot op de minuut, anderzijds wordt een vastgelegd programma met het grootste gemak opzijgeschoven.

Er bestaat ook een paradoxale relatie tussen het individu en de groep. Chinezen zijn collectivistisch binnen de vriendengroep. Het bewaren van de harmonie, de idee van de *guanxi*, is sterk. Maar buiten de eigen groep zijn het individuen. Overigens, die *guanxi* kan ook belastend zijn. Het schept allerlei onderlinge verplichtingen. Ik gaf een keer een lezing, kwam terecht in een overgeorganiseerd programma en werd helemaal in de watten gelegd. Ik kon er niet onderuit en liet het maar gebeuren, al wist ik dat ik verplicht zou zijn om iets terug te doen. Dat is niet te voorkomen, je >

'Het is niet vreemd dat de communicatie met Chinezen voor westerlingen lastig is. Het is al moeilijk voor een Nederlander en een Belg om elkaar te begrijpen!'

geeft daar les. Het was een congres voor docenten die Chinees doceren aan buitenlandse studenten. Ik vond dat heel interessant, vooral de manier waarop ze dat doen. Eerst geven ze een aantal stijve toespraken, afstandelijk en zonder dat er enige reactie uit de zaal komt. Daarna zijn er werkgroepen, bijvoorbeeld over grammatica. Er is nauwelijks interactie. Onze manier van discussiëren bestaat gewoon niet in China. Er is een voorzitter en verder geeft iedere deelnemer zijn of haar mening. En dat is dan de Peking Universiteit, een van de beste en grootste van China!

In Chengdu is de universiteit gehuisvest in splinternieuwe gebouwen, net buiten de stad. Maar de onderwijsvorm is nog hetzelfde als twintig jaar geleden. Een klasje met meer dan honderd studenten die dicht op elkaar zitten te luisteren, zonder een discussie aan te gaan. Toch gaat het inmiddels de goede kant op."

Wat is de essentie van China?

"Er zijn wel algemene dingen waarover je kunt generaliseren, zoals het hiërarchische denken, maar ook het relativeren, de flexibiliteit en het pragmatisme is de Chinezen zeer eigen. Ik zie echter ook steeds duidelijker hoe wij vanuit ons westerse patroon naar China kijken. Wij bestempelen bijvoorbeeld dingen als bijgeloof die niets met religie te maken hebben, maar met natuurkrachten. Dat zegt iets over ons religieuze denken.

Mijn advies is: verwerf inzicht in de ander, maar ook in jezelf. Probeer in gesprek te komen en de dingen gewoon aan elkaar uit te leggen. Dan kom je vanzelf tot een goede samenwerking. Je moet constant overgaan tot interactie, neem een open houding aan. Dat is het fundament van alle interculturele communicatie. Het is niet vreemd dat communiceren voor westerlingen in China lastig is. Het is al moeilijk voor een Nederlander en een Belg of een man en een vrouw om elkaar te begrijpen!" 友

staat er machteloos tegenover. Westerlingen klagen vaak dat ze in China de regie over hun leven verliezen. Gewoon rustig blijven en het over je heen laten komen, is mijn advies.

Anderzijds, als je echt iets wilt doen, dan kun je deze gang van zaken goed gebruiken. Ik wilde bijvoorbeeld een boek uitgeven in China, en er werd gezegd: stuur maar op, dat regelen we even. Chinezen zijn commercieel zoveel pragmatischer dan wij, een Chinese vriend van mij noemt dat 'commercieel creatief'.

Speelt het onderwijs daarin een rol?

"Onlangs was ik op een congres over onderwijs aan de Peking Universiteit, een vriendin van mij



**VNC
ASIA
TRAVEL**



Catharijnesingel 70
3511 GM Utrecht
T 030-2311500
www.vnc.nl

DE ESSENTIE VAN HET OOSTEN

Reizen op maat | Groepsreizen verzorgd
Groepsreizen initiatief | Speciale reizen & incentives