

PERCEPCIONES Y EMOCIONES DE LOS CHINOS SOBRE LA CULTURA CHINA Y ESPAÑOLA

CHINESE PEOPLE'S PERCEPTIONS AND EMOTIONS ABOUT CHINESE AND SPANISH CULTURE

Información

Fechas:

Recibido: 17/05/2024

Aceptado: 16/07/2024

Publicado: 07/09/2024

Correspondencia:

Weiyi Lyu

eg0602588@correo.ugr.es

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existen conflictos de intereses.

Cómo citar este trabajo:

Lyu, W. (2024). Percepciones y emociones de los chinos sobre la cultura china y española. *MODULEMA. Revista Científica sobre Diversidad Cultural*, 8, 72-89. <https://doi.org/10.30827/modulema/v8i/30899>

Autoría

Weiyi Lyu

China Foreign Languages Publishing Administration, Beijing (China)

<https://orcid.org/0009-0002-4998-4517>**Contribución autores:**

La autora ha participado en todas las fases de elaboración de este trabajo.

Financiación:

Esta investigación no recibió financiación externa.

Licencia:

Edita:

Grupo de investigación
"Innovación Curricular en Contextos
Multiculturales" HUM-358

eug EDITORIAL
UNIVERSIDAD
DE GRANADA

RESUMEN

El choque cultural es un fenómeno social muy extendido. Con la reanudación de las interacciones entre países en la era postpandemia y el desarrollo de las tecnologías de la información, la cooperación y el intercambio entre Asia y Europa necesitan propuestas más específicas de comunicación intercultural. Este estudio pretende descubrir los procesos de choque y adaptación cultural experimentados por los chinos en España y por quienes solo conocen España a través de los medios digitales. Se examinan las percepciones de 219 chinos de diferentes orígenes sociales sobre diversos aspectos de la cultura española y se mide su estado psicológico ante el choque cultural mediante un cuestionario online. Se utiliza un método de análisis empírico, dentro del paradigma de la investigación cuantitativa. Los resultados muestran que la edad, el sexo, el entorno de residencia, el nivel educativo, la experiencia en el extranjero y la exposición cultural son factores que están relacionados con su percepción de la cultura española. Al mismo tiempo, algunos de los factores mencionados también pueden vincularse con las emociones cuando se produce un choque cultural. Por lo tanto, la optimización del intercambio cultural y la comunicación entre China y España pueden realizarse en términos de contenido y canales de comunicación, con estrategias específicas en función del público objetivo.

Palabras clave: Choque cultural, percepción comunicación intercultural, cultura china, cultura española.

ABSTRACT

Culture shock is a widespread social phenomenon. With the revival of interactions between countries in the post-pandemic era and the development of information technologies, cooperation and exchange between Asia and Europe need more specific intercultural communication approaches. This study aims to uncover the processes of cultural shock and adaptation experienced by Chinese in Spain and by those who only know Spain through digital media. We examine the perceptions of 219 Chinese people from different social backgrounds on various aspects of Spanish culture and measure their psychological state in the face of culture shock by means of an Internet questionnaire. We use an empirical analysis method, within the quantitative research paradigm. The results show that age, gender, residence environment, educational level, experience abroad and cultural exposure are factors that are related to their perception of Spanish culture. At the same time, some of the aforementioned factors can also be linked to emotions when culture shock occurs. Therefore, optimizing cultural exchange and communication between China and Spain can be done in terms of content and communication channels, with specific strategies depending on the target audience.

Keywords: Culture shock, perception, intercultural communication, chinese culture, spanish culture.

INTRODUCCIÓN

Desde una perspectiva sociológica, la cultura es la acumulación de la psicología nacional y el carácter nacional desarrollados en el curso de las actividades sociales, y está relacionada con la dirección del desarrollo histórico de una nación y la forma de pensar y comportarse de sus miembros ([Eleftheriadis, 2018](#)). Sin embargo, los valores y las culturas de las distintas comunidades suelen ser muy diferentes, lo que a menudo conduce a la confrontación, el rechazo e, incluso, a la negación en el proceso de comunicación entre personas de diferentes orígenes culturales —esta es la raíz del *choque cultural* ([Pacheco, 2020](#)).

Los estudios que abordan el choque cultural ayudan a comprender la complejidad y la dinámica de las sociedades humanas. En cuanto a la investigación existente sobre el choque cultural, las

primeras realizadas son las que más se centran en personas que han sufrido desplazamientos físicos, como estudiantes internacionales, migrantes y refugiados. Algunos estudiosos ([Shen, 2022](#); [Zhang y Zhou, 2023](#)) han mencionado el impacto del entorno digital en el choque cultural, pero no muchos lo han explorado en profundidad. Además, la introducción y puesta en práctica de la Iniciativa de la Franja y la Ruta¹ también exigen un progreso constante en el intercambio intercultural ([Guo, 2021](#)).

Movimientos migratorios y diversidad cultural

La migración y la movilidad humanas son un fenómeno antiguo. En la actualidad, no existe una definición clara y generalmente aceptada del término migración a nivel internacional. Según la *International Organization Migration*, se refiere al “movimiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual, ya sea a través de una frontera internacional o dentro de un país” ([2019](#), p.124). El número y la proporción estimados de migrantes internacionales en 2020 son inferiores a los previstos inicialmente debido a la epidemia de COVID-19.

Cultura y competencia intercultural

La universalidad de la *cultura* implica que, como se sabe, existe en todas las sociedades humanas. De hecho, en la sociedad contemporánea, la existencia de diferencias culturales y el surgimiento de la diversidad son más pronunciados que en ningún otro momento. Los investigadores chinos [Chen et al. \(2019\)](#) analizan el impacto del proceso de globalización en la esfera cultural, argumentando que el fenómeno de la globalización cultural surge de forma natural. Se hace posible un modelo completamente nuevo de relaciones entre dos culturas: una cooperación mutuamente beneficiosa, al tiempo que se preserva la especificidad de cada cultura.

En una era de globalización acelerada, la mejora de la *competencia intercultural* es imprescindible para el desarrollo de personas con una perspectiva estratégica global, según [Zhang y Zhou \(2023\)](#), quienes sostienen que las perspectivas interculturales y la competencia intelectual son esenciales para el desarrollo de la competencia intercultural. Por el momento, las definiciones de competencia intercultural suelen ser generales y fragmentarias. Una de las razones es que las formas de abordar las culturas se están ampliando a un ritmo sin precedentes.

El choque cultural

Debido a la existencia de diferencias y al desarrollo de la diversidad, es inevitable que surjan discordias en el curso de los intercambios mutuos entre las distintas culturas. El antropólogo Kalervo Oberg introdujo por primera vez el término *choque cultural* en [1960](#) para describir las reacciones profundamente negativas asociadas a la depresión, la frustración y la desorientación

1- Se refiere a la iniciativa de construir la Franja Económica de la Ruta de la Seda y la Ruta Marítima de la Seda del Siglo XXI. Se pretende contribuir a la formación de una comunidad de destino desde varias perspectivas.

que experimentan las personas que viven en un nuevo entorno cultural. [Parrillo \(2021\)](#) y [Yin \(2021\)](#) sugieren que varios factores influyen en la aparición del choque cultural, entre ellos los factores interpersonales, incluidos las habilidades, las experiencias culturales previas, el estado físico personal, la personalidad y la exposición a la cultura.

Lo interesante es que la humanidad avanza gradualmente hacia un nivel más inclusivo de escrutinio y comprensión sobre diversidad cultural, de modo que aprende a aliviar las presiones del choque cultural. [Stasel \(2021\)](#) sostiene que el apoyo de los educadores puede ayudar a los estudiantes que se están aculturando a afrontar mejor las emociones negativas. Al mismo tiempo, como ejemplo, [Malota y Mucsi \(2021\)](#) señalan que la comida puede ser un puente entre culturas diferentes.

Además de los estudios mencionados, muchos estudiosos también han investigado las diferencias entre las culturas china y occidental. En respuesta a estos problemas comunes en el choque cultural Este-Oeste, prestar atención a la mejora de las propias habilidades de comunicación no verbal, y reforzar la comprensión intercultural y la exportación cultural son medidas para aceptar nuevas culturas y mantener la confianza cultural en la rugiente ola de la comunicación intercultural.

Internet ha hecho más fácil y rápido que nunca que personas de distintos países y nacionalidades experimenten con culturas extranjeras. Sin embargo, los nuevos medios de comunicación están remodelando el paisaje, el pensamiento y la práctica de la comunicación intercultural, son los que deben abordar dilemas éticos, tales como el desequilibrio en la difusión de la información, la hegemonía cultural, los prejuicios racistas, etc.

Objetivos

Se plantea como objetivo general de esta investigación descubrir el proceso de choque y adaptación cultural experimentado por los chinos en España y por aquellos que solo saben del país a través de medios digitales, conociendo de esta forma la evolución de este conflicto cultural en la virtualización de la era de la información. Objetivos más específicos consisten en: identificar hasta qué punto los informantes en la investigación conocen la cultura española; distinguir las percepciones hacia la cultura china y española en función de los datos sociodemográficos de los informantes; descubrir la relación entre el estado psicológico frente al choque cultural y los datos sociodemográficos de los chinos; comparar el choque cultural físico y el virtual actual, desarrollado en el contexto de globalización.

METODOLOGÍA

En este estudio se encuesta a personas de origen chino que han estado o no en España mediante un cuestionario en línea elaborado *ad hoc*. El cuestionario incluye conocimientos y percepciones de la cultura española, impresiones contrastadas entre la cultura china y la española, y estados

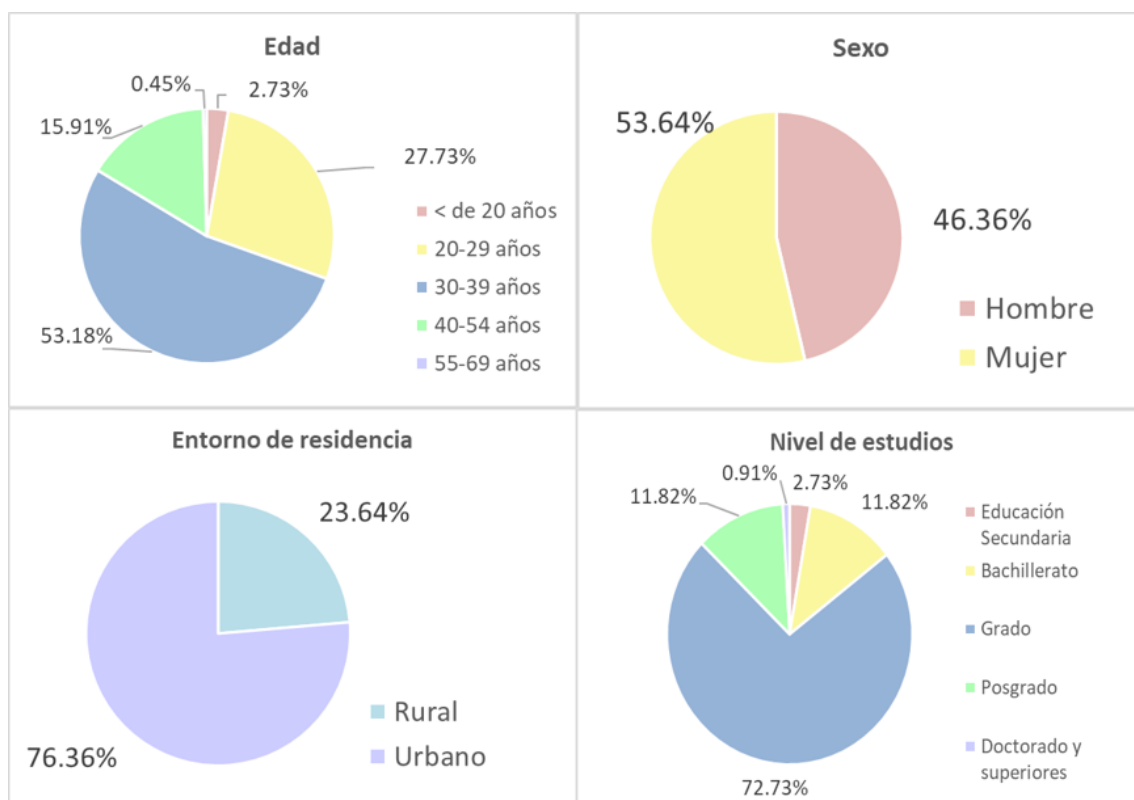
de ánimo psicológicos en relación con los choques culturales. A continuación, se procesa y analiza la información recogida de la muestra. Se ha realizado un estudio *ex-post-facto* de tipo exploratorio con estadística descriptiva e inferencial. Y se establece una serie de observaciones y comparaciones para deducir la percepción actual de la cultura española y los sentimientos de los chinos hacia el choque cultural.

Las variables independientes en este estudio son los datos sociodemográficos recogidos en el cuestionario. Las variables dependientes son los conocimientos sobre la cultura española y las percepciones ante el choque cultural de los participantes.

Población y muestra

Mediante una combinación de muestreo aleatorio simple y muestreo de bola de nieve, se ha consultado a un total de 219 personas. Estos encuestados estudian o trabajan en distintas profesiones y ocupaciones. Sus datos sociodemográficos se muestran en los siguientes gráficos de la Figura 1.

Figura 1.
Datos Sociodemográficos.



Técnicas, instrumentos y procedimientos

Se ha empleado un cuestionario elaborado *ad hoc*. Este consta de 3 bloques: la sección sociodemográfica y de contacto con la cultura española (parte A, con 13 ítems), conocimientos y percepciones sobre la cultura española (parte B, con 6 ítems), y percepciones sobre choque

cultural (parte C con 7 ítems), con un total de 26 ítems. La mayoría de los ítems sociodemográficos son preguntas de opción única y una pregunta abierta. La segunda parte, sobre la comprensión de la cultura española y la comparación de las percepciones de la cultura española y de la china, consta de ítems de carácter variado: de escala semántica, de escala Likert y, también, de opción múltiple, acompañados por otros de respuesta abierta donde el participante debe justificar su elección. La última dimensión, parte C, sobre la percepción del choque cultural es una escala de tipo Likert.

Una vez completado el cuestionario, se sometió al juicio de expertos en la materia como método válido para verificar la fiabilidad del estudio. Con la orientación constructiva y las sugerencias de los expertos, este instrumento se modificó con mayor precisión para garantizar que su fiabilidad y validez fueran satisfactorias.

Se presentan detalladamente los siguientes ítems de la parte B: las preguntas de escala de esta sección del cuestionario superaron la prueba de validez del análisis factorial exploratorio. Las preguntas B2 (*Valore de 1 a 3 su conocimiento de cada uno de los siguientes elementos de la cultura española [1= nada; 3= mucho]*) y B6 (*¿Cuál es su percepción sobre los siguientes aspectos culturales en comparación con la cultura china? [1= idéntico; 3= muy diferente]*) obtuvieron valores de $KMO = .847$ y $KMO = .785$, respectivamente, en la prueba del índice de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), lo que justifica el ajuste de estos ítems y su validez. Asimismo, B2 y B6 aprobaron la prueba de fiabilidad alfa de Cronbach con $\alpha = .815$ y $\alpha = .787$, respectivamente, lo que implica que los resultados de la muestra son fiables. En el apartado C, se obtuvo una fiabilidad de $\alpha = .61$, baja pero admisible en una investigación de tipo exploratorio ([Huh et al., 2006](#)).

Se utilizó el applet *Questionnaire Star* para crear el cuestionario y se distribuyó mediante los medios sociales *WeChat* y *Weibo*. El cuestionario se cumplimentó el 20 de abril y se cerró el 4 de mayo. La muestra de participantes en el estudio fueron internautas chinos de todos los lugares.

Proceso de sistematización y análisis de datos

Se comprobó la validez y la fiabilidad de los datos obtenidos y se realizó un análisis cuantitativo descriptivo mediante *IBM SPSS Statistics 26*. En particular, se destacan algunos datos clave, como la frecuencia, la media y la desviación típica. Dado que la muestra tiene una distribución normal según la prueba de *Kolmogorov-Smirnov*, se emplean estadísticos paramétricos para el contraste de medias en los análisis inferenciales.

En el ítem A12 (*¿Le gusta la cultura española?*), también se asignan puntuaciones a las opciones individuales: no me gusta nada=1; un poco=2; bastante=3; me gusta mucho=4. Cuanto mayor sea la puntuación, más interesados estarán en la cultura española. En el ítem A13 (*¿De qué manera suele entrar en contacto con la cultura española?*) se hace una distinción semántica uniforme entre por encima de la línea = 1 y por debajo de la línea = 2.

En B1 (*Elija un adjetivo de cada pareja que caracterice la cultura y la imagen de España que recuerde [en comparación con la cultura china]*), las palabras situadas en los extremos de la escala reciben una puntuación de 1 y 5 respectivamente, mientras que las puntuaciones intermedias de 2, 3 y 4 muestran una tendencia a variar. En el ítem B2 (*Valore de 1 a 3 su conocimiento de cada uno de los siguientes elementos de la cultura española*), los números de las diferentes opciones indican los distintos niveles de conocimiento: 1= *nada*, 2=*un poco*, 3=*mucho*. Del mismo modo, en el ítem B6 (*¿Cuál es su percepción sobre los siguientes aspectos culturales en comparación con la cultura china?*), los distintos números representan la magnitud de la variabilidad en la percepción: 3= *muy diferentes*, 2= *poco diferentes/casi igual*, 1= *idénticos*. Cuanto mayor sea la suma de los aspectos en B2, más interesados están las personas chinas, y cuanto mayor sea la suma en B6, menos similar es este aspecto de la cultura española a la cultura china.

Para el apartado C, si cada una de las siete preguntas se puntúa con 3, 2 o 1 (3=*nada*, 2=*un poco*, 1=*mucho*), se puede obtener una puntuación de la percepción del choque cultural de entre 7 y 21 para cada encuestado. Cuanto menor sea la puntuación, más negativamente le afectará el choque cultural.

RESULTADOS

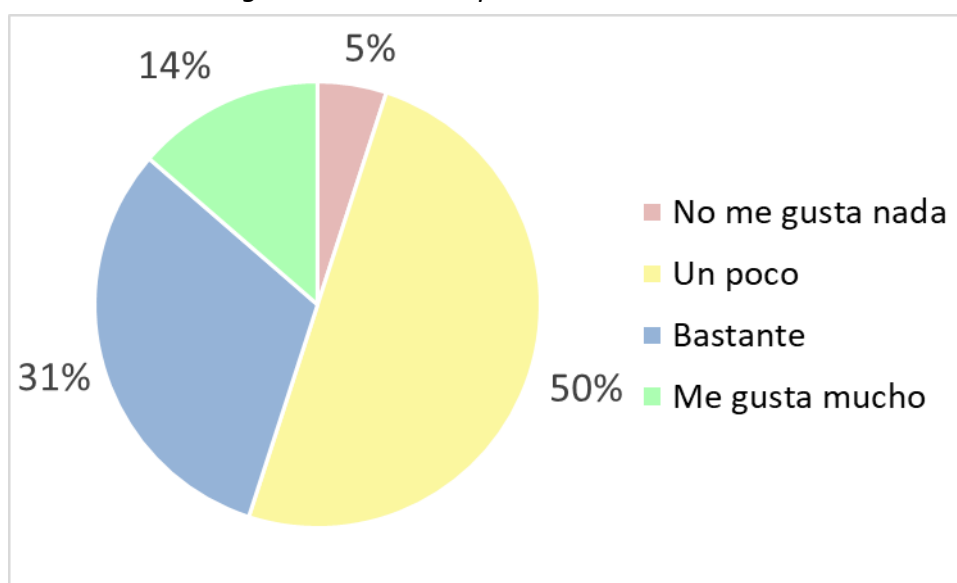
Resultados globales

Conocimientos y percepciones de los chinos sobre la cultura española

El primer resultado es el nivel de interés por la cultura española entre las personas chinas del ítem A12. En una escala global de 1-4, se obtuvo un valor medio de 2.54, obsérvese en la Figura 2.

Figura 2.

Resultado del Ítem A12. ¿Le gusta la cultura española?



En cuanto al ítem A13 sobre cómo entra en contacto la población china con la cultura española, el 57.3% de las respuestas no se refieren a “Internet”.

El resultado del ítem B2 (*Valore de 1 a 3 su conocimiento de cada uno de los siguientes elementos de la cultura española*) se refleja en la Tabla 1.

Tabla 1.
Resultado del ítem B2.

Elementos culturales	Media	Moda	“Nada” Frecuencia (%)	“Un poco” Frecuencia (%)	“Mucho” Frecuencia (%)
Lengua española	1.90	2	53(24.1%)	135(61.4%)	32(14.5%)
Historia	2.09	2	49(22.3%)	103(46.8%)	68(30.9%)
Obras literarias y periódicos	1.87	2	58(26.4%)	132(60.0%)	30(13.6%)
Diversidad cultural	2.03	2	45(20.5%)	123(55.9%)	52(23.6%)
Creencias religiosas (preferencias, celebraciones, lugares de culto, etc.)	1.90	2	67(30.5%)	109(49.5%)	44(20.0%)
Museos, lugares históricos, paisajes culturales y patrimonio natural	2.05	2	47(21.4%)	114(51.8%)	59(26.8%)
Obras de arte destacadas (incluidas pinturas, esculturas y artesanía, etc.)	1.97	2	52(23.6%)	123(55.9%)	45(20.5%)
La oferta cultural (cine, música, teatro, danza etc.)	2.10	2	40(18.2%)	117(53.2%)	63(28.6%)
Preferencias de uso de las redes sociales	1.88	2	68(30.9%)	111(50.5%)	41(18.6%)
Diseño, publicidad, marcas y empresas	1.80	2	88(40.0%)	89(40.5%)	43(19.5%)
Gastronomía	2.22	2	24(10.9%)	123(55.9%)	73(33.2%)

La Tabla 1 indica que las personas encuestadas tienen el nivel más alto de conocimiento de la *gastronomía española, la oferta cultural y la historia*. Por el contrario, *El diseño y la publicidad, Las obras literarias y Los periódicos, y Las preferencias de uso de las redes sociales* tienen el nivel de conocimiento más bajo entre los ciudadanos chinos. Además, “un poco” fue la valoración predominante entre ellos.

Finalmente, el análisis del ítem B5 (*Seleccione los tres elementos que más le interesan sobre la cultura española*) muestra que *la historia y las obras de arte son los elementos culturales más interesantes y que el diseño, la publicidad y las preferencias de uso de las redes sociales son los menos interesantes*.

Comparación de las percepciones de la cultura china y española

Los datos recogidos del cuestionario indican que la mayoría de las personas consideran que la cultura española es fuerte (73.6%), inclusiva (59.5%), moderna (71.8%) y diversa (80.5%). Los

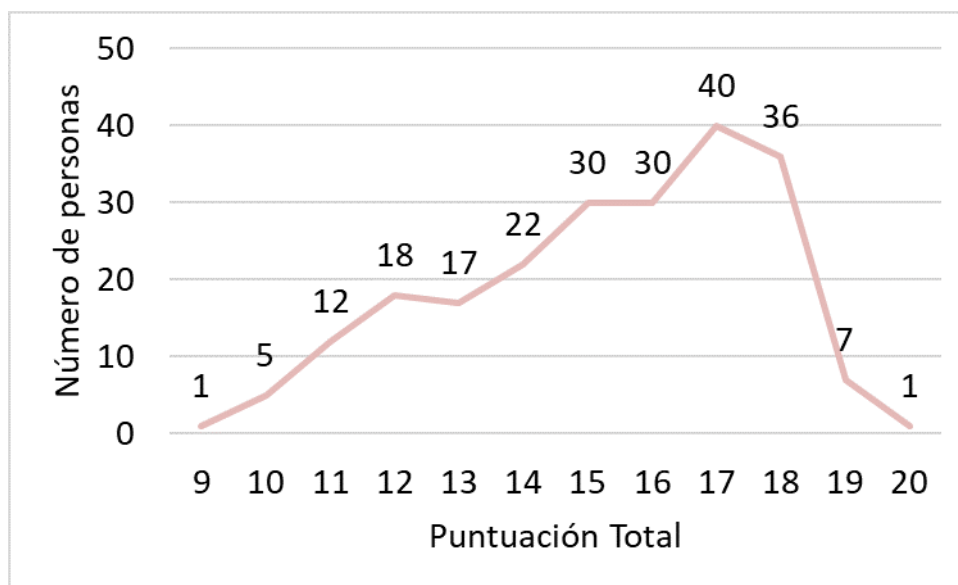
tres elementos más diferentes son *las creencias religiosas* (17%), *la historia* (16%) y *el idioma* (14%). Y los tres términos más similares son *la diversidad cultural* (16%), *las preferencias de uso de las redes sociales* (13%) y *la oferta cultural (cine, música, teatro, danza, etc.)* (12%).

Los chinos encuestados son relativamente conservadores, con una alta probabilidad de elegir “poco diferente” para casi todos los aspectos culturales. En cuanto a los detalles, *la percepción del tiempo* (59.5%), *el sentido del humor* (63.2%) y *la gente mayor* (60.5%) son los conceptos más comúnmente percibidos de forma poco diferente. Por otro lado, *el aspecto exterior de la gente* (57.7%), *el carácter de la gente* (47.3%) y *las fiestas* (45.5%) reciben el mayor apoyo en “muy diferente”.

Estado psicológico ante el choque cultural

Se presentan en la Figura 3 los resultados del análisis de las percepciones de los informantes sobre el choque cultural basado en la Parte C del cuestionario.

Figura 3.
Puntuación total en el apartado C del cuestionario



Como se observa en la Figura 3 la muestra con una puntuación total de 17 es la que cuenta con un mayor número de participantes, mientras que el número de encuestados con una puntuación de 9 o 20 es el más bajo. De una puntuación de 9 a 17, el número de personas mantiene una tendencia ascendente; sin embargo, de 17 a 20 el número de encuestados muestra un descenso precipitado. Es decir, Las personas encuestadas generalmente manifiestan una ansiedad leve (61.8%) o moderada (31.4%), y muy pocas personas casi no padecen trastornos (3.6%) o padecen trastornos graves (2.7%).

Resultados según las variables personales

La percepción de la cultura española por parte de chinos en función de las variables personales

En primer lugar, el ANOVA univariante, utilizando el ítem A12 (*¿Le gusta la cultura española?*) como variable dependiente y los datos sociodemográficos como variables independientes, arroja los resultados que se muestran en la Tabla 2, donde las diferencias significativas tienen un efecto moderado en la variable del entorno y fuerte en el resto de variables, destacando en el nivel de estudios, según los valores de *Eta* (η^2). Es evidente que existe variabilidad en las respuestas a esta pregunta en función de *entorno de residencia, si han vivido en el extranjero o España y su exposición a la cultura española*.

Posteriormente, se realiza un análisis descriptivo de las variables con $gl=1$, como se muestra en la Tabla 3. Al mismo tiempo, se lleva a cabo un análisis de contrastes *post-hoc* por el método *LSD* para aquellas en las que el $gl \neq 1$, véase en la Tabla 4.

Tabla 2.

Estadísticos de contraste según el gusto de los chinos por la cultura española.

Variables	Suma de cuadrados	gl	Media	F	Sig.	η^2
A1. Edad	2.407	3.000	.802	1.286	.280	
A2. Sexo	.170	1.000	.170	.271	.604	
A4. Ciudad y país de residencia	4.086	5.000	.817	1.315	.259	
A5. Entorno de residencia	3.500	1.000	3.500	5.711	.018	.026
A6. Nivel de estudios	12.549	4.000	3.137	5.417	.000	.092
A9. Lenguas no maternas que habla	3.970	3.000	1.323	2.159	.094	
A10. ¿Ha estado alguna vez en algún país extranjero que no sea en España?	7.883	3.000	2.628	4.393	.005	.058
A11. ¿Ha estado alguna vez en España?	5.904	4.000	1.476	2.419	.050	.043
A13. ¿De qué manera suele entrar en contacto con la cultura española?	4.975	1.000	4.975	8.208	.005	.036

Tabla 3.

Análisis descriptivo de A5 (entorno de residencia) y A13 (forma de entrar en contacto con la cultura española) sobre A12 (gusto hacia cultura española).

	A13			A5		
	Por Internet	Contacto directo	Total	Rural	Urbano	Total
Media	2.40	2.71	2.54	2.31	2.61	2.54

Tabla 4.

Comparaciones múltiples de los Ítems A10 (visita a un país extranjero distinto de España) y A11 (visita a España).

A10	Media	Sig. en el análisis LSD		A11	Media	Sig. en el análisis LSD	
1	2.29	2	.003	1	2.40	2	.007
		3	.005	2	2.75		
		4	.027	3	2.65		
2	2.68	1	.003	4	3.00		
3	2.66	1	.005	5	2.67		
4	2.79	1	.027	Total	2.54		
Total	2.54						

Notas.1. Solo se muestran los términos relevantes con significación <0.05.

2.En A10 y A11: 1=No, nunca; 2=Una vez; 3=Pocas veces; 4=Muchas veces; 5=Resido en un país extranjero.

Dado que un valor más alto de M representa un mayor gusto por la cultura española, se sabe por la Tabla 3 y 4 que los chinos con estas características de *contacto directo* (2.71), *urbanos* (2.61), *visita al extranjero* (2.79) o *a España* (3) muchas veces se sienten relativamente más atraídos por la cultura española.

Con respecto al ítem B2 (*Valore de 1 a 3 su conocimiento de cada uno de los siguientes elementos de la cultura española*), se efectúa un análisis ANOVA por separado para cada ítem sociodemográfico. Posteriormente, se suman todos los aspectos culturales de las respuestas para facilitar el análisis post-hoc con el método *LSD Contrastes*. Las categorías que indican diferencias significativas se recogen en la Tabla 5, junto con las medias de dichas categorías.

Tabla 5.

Comparaciones múltiples de la suma de Ítems B2 (conocimiento de elementos de la cultura española) según los datos sociodemográficos.

		Media		Sig.		Media	Sig.	
Edad	< de 20 años	18.167	30-39 años	.006	Sexo	Hombre	22.743	.004
			40-54 años	.034		Mujer	21.017	
	20-29 años	19.738	30-39 años	.000		Total	21.813	
			40-54 años	.008	Medio de contactar	Por Internet	20.460	.000
30-39 años	22.991	< de 20 años	20-29 años	.006			Contacto directo	23.645
								Total
40-54 años	22.114	< de 20 años	20-29 años	.034	Experiencia en extranjero	1	19.675	2 .000
								3
Total	21.814					4	.044	

		Media		Sig.		Media	Sig.	
Lengua no materna	Nada	18.158	CET 4 ²	.003	2	22.242	1 .000	
	CET 4	21.365	Nada	.003			3 .014	
			CET 6	.000	3	24.048	1 .000	
			Dos lenguas extranjeras	.038			2 .014	
	CET 6	22.527	Nada	.000	4	22.071	1 .044	
Dos lenguas extranjeras	23.000	Nada	.038	Total	21.813			
	Total	21.610						
Experiencia en España	1	20.425	2	.000	Experiencia en España	3	24.867	1 .000
			3	.000		4	25.750	1 .011
			4	.011		5	21.333	1 .704
	2	23.091	1	.000	Total	21.813		

Nota. Se omiten los datos resultantes de la persona de 55-69 años de edad y de aquella que tiene un dominio simultáneo de tres lenguas extranjeras por su nula representatividad, ya que afectarían al análisis LSD.

Como se observa en la Tabla 5, los chinos de entre 30 y 39 años son los que tienen más conocimiento sobre la cultura española, pero, en general, la diferencia en las puntuaciones globales no es significativa. En cuanto al género, los hombres cuentan con un mayor conocimiento de la cultura española que las mujeres. Además, las personas que experimentan la cultura española realmente (23.64/33) la conocen más y mejor que las que solo la descubren a través de Internet (20.64/33). Si nos fijamos en la adquisición de lenguas extranjeras, los participantes que no hablan ninguna lengua extranjera están significativamente por detrás de los otros grupos que dominan una o incluso dos lenguas extranjeras en cuanto a su conocimiento de la cultura española. Por último, en lo referente al historial de residencia en el extranjero de los encuestados, encontramos que la puntuación total, tanto de los que han estado en España como de los que no, presenta una línea parabólica con el número de visitas al país, alcanzando el máximo en “pocas veces” o “muchas veces”.

Diferencias del estado psicológico de los chinos en función de las variables personales cuando se enfrentan al choque cultural

En primer lugar, con el fin de mostrar las similitudes y diferencias entre el choque cultural en contacto directo y en línea, se realiza un análisis ANOVA con los datos sociodemográficos como variables independientes y los canales de exposición a la nueva cultura como variable dependiente, mostrándose los resultados en la Tabla 6 y la Figura 4 donde las diferencias

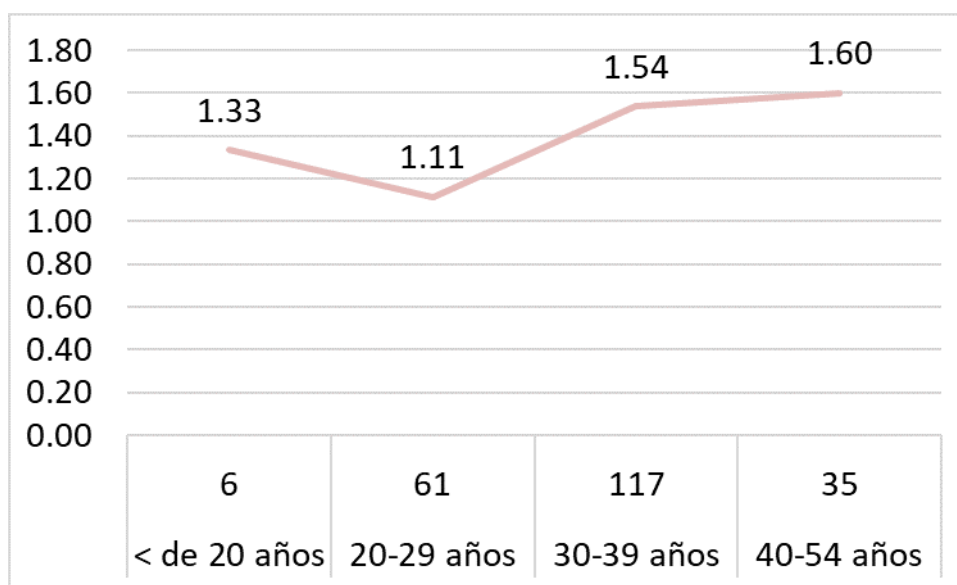
2. Niveles de dominio del inglés para estudiantes universitarios en China. CET4 es el nivel 4 y CET6 es el nivel 6.

significativas tienen un efecto débil en la variable de sexo y fuerte en la de edad, según los valores de *Eta* (η^2).

Tabla 6.
Estadísticos de contraste según el acceso a nuevos canales culturales

	Suma de cuadrados	gl	Media	F	Sig.	η^2
Edad	8.500	3.000	2.833	13.535	.000	.159
Sexo	1.525	1.000	1.525	6.366	.012	.028
Ciudad y país de residencia	1.112	5.000	.222	.904	.479	
Entorno de residencia	.021	1.000	.021	.086	.769	
Nivel de estudios	2.066	4.000	.516	2.149	.076	
Lenguas no maternas que habla	.939	3.000	.313	1.294	.277	

Figura 4.
Comparaciones múltiples de emociones frente el choque cultural en función de la edad



Se comprueba que los más jóvenes son más propensos a encontrarse con nuevas culturas por Internet, especialmente en el caso de los residentes de entre 20 y 29 años. Además, el valor medio para los hombres $M= 1.51$, frente a las mujeres $M= 1.35$, indica que el choque cultural en el mundo virtual tiene un mayor impacto en ellas.

Para la Parte C del cuestionario se realiza un análisis ANOVA con cada uno de los datos sociodemográficos de la Parte A, los resultados se muestran en la Tabla 7. *La edad, el nivel de estudios, el historial de estancias en el extranjero y la exposición a la cultura española* son las variables que influyen en el estado de ánimo.

Tabla 7.
Estadísticos de contraste de los estados mentales ante el choque cultural

	Suma de cuadrados	gl	Media	F	Sig.	η^2
Edad	127.197	3	42.399	8.203	.000	.103
Sexo	15.890	1	15.890	2.820	.095	
Ciudad y país de residencia	23.978	5	4.796	.841	.522	
Entorno de residencia	1.504	1	1.504	.264	.608	
Nivel de estudios	95.938	4	23.984	4.492	.002	.077
Lenguas no maternas que habla	2.535	3	.845	.145	.933	
¿Ha estado alguna vez en algún país extranjero que no sea en España?	65.056	3	21.685	3.973	.009	.053
¿Ha estado alguna vez en España?	148.852	4	37.213	7.309	.000	.120
¿De qué manera suele entrar en contacto con la cultura española?	104.207	1	104.207	19.937	.000	.084

Se sabe que la media de la muestra es $M = 15.283$. Además, todas las diferencias estadísticamente significativas son de efecto fuerte, sobre todo las de edad y de estancia en España.

En primer lugar, por lo que respecta a la edad, los participantes menores de 29 años muestran más estrés y ansiedad ante las nuevas influencias culturales que los que tienen entre 30 y 54 años. Aparte de esto, los encuestados con un nivel educativo de Educación Secundaria resultan significativamente más vulnerables a las emociones negativas asociadas al choque cultural en comparación con el resto de la muestra.

DISCUSIÓN

Los conocimientos y percepciones de los chinos sobre la cultura española

Según el análisis sobre el conocimiento de la cultura española, está claro que la interacción cultural a través de la comida es una de las formas más básicas e íntimas, y que los elementos basados en los sentidos, como la vista o el gusto, tienden a dejar una impresión profunda y fuerte. Considerando los resultados del análisis del dominio de la lengua extranjera de los participantes y su nivel de conocimiento de la cultura española se podría confirmar que la adquisición de una lengua extranjera contribuye tanto a la disposición de las personas a entender una cultura extranjera como a su capacidad para comprenderla ([Gao, 2023](#)).

Los chinos que han tenido encuentros interculturales reales en España tienen más probabilidades de preferir la cultura española que los que la han conocido a través de Internet. La experiencia de estar en el mundo real es más motivadora que las imágenes y textos virtuales. Además, el resultado sobre la diferencia entre los contextos urbano y rural puede estar relacionado con la

diferencia en la eficacia del consumo cultural a través de Internet debido a la brecha digital ([Li, 2021](#)).

Respecto a la pregunta sobre las mayores o menores diferencias culturales entre China y España, se observa que la formación de creencias sobre la religión, la historia y la lengua, donde están las mayores diferencias, suelen tener una historia y una acumulación más antigua. Sin embargo, el conocimiento sobre redes sociales, el diseño o la publicidad, los elementos menos diferentes, está más estrechamente vinculado a la ciencia, la tecnología reciente y a los contactos interculturales, que se caracterizan claramente por la modernidad y la apertura, un hecho al que ambos países se enfrentan en la era de la globalización ([Shen, 2022](#)).

Las consecuencias emocionales del choque cultural

En general, el estado psicológico de los chinos ante el impacto de la nueva cultura tiende a ser coherente: mantener un estado de ánimo moderadamente tenso y ocasionalmente ansioso. De los resultados obtenidos se deduce que las personas mayores son menos sensibles a las nuevas diferencias y choques culturales que los jóvenes, ya que tienen más experiencia y, por tanto, más fuerza y confianza ante los conflictos ([Wu et al., 2023](#)). En cuanto al nivel de educación, indudablemente, esta es favorable para desarrollar la capacidad de pensar y discriminar ([Zhao y Lei, 2022](#)).

Cuando se enfrentan a disparidades y choques psicológicos, las percepciones y actitudes razonables hacia el multiculturalismo ayudan a las personas a realizar juicios y ajustes oportunos. Al mismo tiempo, las personas que participan en interacciones interculturales frecuentes y auténticas pueden sufrir agotamiento y estrés debido a una exposición constante a las diferencias culturales, como señalan [Hu et al. \(2021\)](#), y este malestar pesa más que la adaptación. Por último, conocer una nueva cultura únicamente a través de Internet, es decir, la falta de experiencia en el extranjero mencionada anteriormente, tiende a desencadenar en la mente de los participantes sentimientos negativos de impotencia y confusión más que la exposición directa.

CONCLUSIONES

En este estudio exploratorio se analizan los conocimientos actuales de los chinos sobre la cultura española, sus percepciones de la cultura china y española en comparación y su estado psicológico ante el choque cultural.

El resultado más destacable de este estudio es la confirmación de que la edad, la educación, el historial de residencia en el extranjero y la manera de acceder a nuevas culturas son las variables que están más estrechamente relacionadas con el nivel de conocimiento de una cultura extranjera. Por otra parte, las personas de origen chino están más interesadas en

las obras de arte y la historia españolas como elementos culturales. Además, creen que las mayores diferencias entre las culturas china y española son las creencias religiosas y la historia, mientras que las más parecidas son la diversidad cultural y las preferencias de uso de las redes sociales. Al mismo tiempo, se pone de manifiesto la importante ansiedad de los chinos ante el conflicto cultural, lo que abre la vía a futuras investigaciones sobre ello. Estas mismas variables personales señaladas (edad, educación, historial de residencia en el extranjero y exposición a la nueva cultura) son también factores que se relacionan con la creación de estos estados psicológicos negativos. Además, el choque cultural que se produce en el espacio físico y el virtual, procedente de Internet, también mostraron diferencias en el estudio, no solo en cuanto al contenido de la cultura, sino también en cuanto a la edad y el sexo de las personas expuestas a la nueva cultura desde distintas fuentes. Por último, los criterios fundamentales en interacciones interculturales son buscar un terreno común sobre la base del respeto mutuo y la tolerancia, promover la adaptación con las similitudes y estimular el interés con las diferencias.

Como limitación de este estudio puede señalarse el instrumento de investigación, en concreto la parte C del cuestionario (percepción de las consecuencias emocionales del choque cultural), cuya fiabilidad y validez no son especialmente satisfactorias. Por otra parte, si la muestra hubiera sido mayor, los resultados podrían generalizarse, aunque no es el objetivo final de un estudio de carácter exploratorio como el reflejado en estas páginas.

INFORMACIÓN DE AUTORES

WeiYi Lyu

Lyu WeiYi, de Zhejiang (China), nació en 2000. Se licenció en Español por la Universidad de Zhejiang y obtuvo un máster en Diversidad Cultural por la Universidad de Granada. Trabaja para Grupo de Comunicaciones Internacionales de China, centrándose en la comunicación intercultural y la cooperación internacional. Se dedica al estudio de las similitudes, diferencias y resonancias entre los ámbitos culturales chino y español. Se pretende aliviar las fricciones e incomodidades de los intercambios culturales y fomentar el mestizaje y la convivencia multicultural. Las revistas de interés son Instituto Confucio e Historia Social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Chen, C., Wang, X., y Chen, F. (2019). Countermeasures of National Culture in the Context of Cultural Globalization. En *Proceedings of the 2019 5th International Conference on Social Science and Higher Education (ICSSHE 2019)* (pp. 411-414). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/icsshe-19.2019.197>
- Eleftheriadis, K. (2018). 'Not Yet Queer Enough' Constructing Identity through Culture. En *Queer Festivals* (pp. 99-142). Amsterdam University Press <https://doi.org/10.2307/j.ctv5nph43.8>
- Gao, G. F. (2023). Kuà wén huà jiāo jì shì yù xià wài yǔ jiāo yù běn tǔ wén huà yì shí péi yǎng [El cultivo de la conciencia cultural local en la enseñanza de lenguas extranjeras bajo la

- perspectiva de la comunicación intercultural]. *Hé běi kāi fàng dà xué xué bào*, 28(01), 61-65. <https://doi.org/10.13559/j.cnki.hbgd.2023.01.024>
- Guo, T. H. (2021). Yī dài yī lù bèi jǐng xià kuà wén huà jiāo liú de kùn jìng yǔ shí xiàn lù jìng [El dilema de la comunicación intercultural y el camino de su realización en el contexto de la Iniciativa de la Franja y la Ruta]. *Wén huà chuàng xīn bǐ jiào yán jiū*, 5(11), 21-24.
- Hu, X. M., Han, Y. F., Yu, F. y Peng, K. P. (2021). Duō yuán wén huà jīng lì de shuāng rèn jiàn xiào yīng: xīn lǐ hòu guǒ yǔ biān jiè tiáo jiàn [El efecto de doble filo de las experiencias multiculturales: consecuencias psicológicas y condiciones límite]. *Yīng yòng xīn lǐ xué*, 27(01), 1-9+19.
- Huh, J., DeLorme, D.E. y Reid, L.N. (2006). Perceived third-person effects and consumer attitudes on prevetting and banning DTC advertising. *Journal of Consumer Affairs*, 40(1), 90-116. <https://www.jstor.org/stable/23860563>
- International Organization Migration (2019). Glossary on Migration. *Internacional Migration Law*, (34). <https://publications.iom.int/es/books/international-migration-law-ndeg34-glossary-migration>
- Li, Y. Y. (2021). Hù lián wǎng shǐ yòng shì jiǎo xià chéng xiāng jū mín wén huà xiāo fèi chà yì yán jiū [Estudio sobre las diferencias de consumo cultural entre residentes urbanos y rurales desde la perspectiva del uso de Internet]. *Shāng yè jīng jì yán jiū* (24), 72-76. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1002-5863.2021.24.019>.
- Malota, E., y Mucsi, A. (2021). Tasting a new culture: adjustment to a foreign culture through traditional local cuisine. *Food, Culture & Society*, 26(1), 209–229. <https://doi.org/10.1080/15528014.2021.2001619>
- Oberg, K. (1960). *Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments* (Vol. 7). Sage Publishing. <https://doi.org/10.1177/009182966000700405>
- Pacheco, E.-M. (2020). Culture learning theory and globalization: Reconceptualizing culture shock for modern cross-cultural sojourners. *New Ideas in Psychology*, (58), 100801. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2020.100801>
- Parrillo, V. N. (2021). *Strangers to these shores: Race and ethnic relations in the United States* (12th ed.). Pearson.
- Shen, Y. B. (2022). Hòu yì qíng shí dài yī dài yī lù miàn lín de wén huà fēng xiǎn yǔ bāo róng xìng wén huà gòng tóng tǐ de jiàn gòu [Riesgos culturales y construcción de una comunidad cultural inclusiva en la era post-epidémica de la Iniciativa de la Franja y la Ruta]. *Rén wén zá zhì*, (03), 43-52. <https://doi.org/10.15895/j.cnki.rwzz.2022.03.003>
- Stasel R. S. (2021). Beyond the hue and cry: exploring the challenges and benefits of educator acculturation in overseas international schools. *Annual Review of Comparative and International Education (International Perspectives on Education and Society)*, (40), 225–246.
- Wu, S. T., Mao, Y. Y., Wu, S. H., Feng, J. R., Zhang, Q. P., Xie, T., Chen, H., y Zhu, T. S. (2023). Jī yú dà shù jù de wén huà xīn lǐ fèn xī [Análisis psicológico cultural basado en

Lyu, W. (2024)

Percepciones y emociones de los chinos sobre la cultura china y española.

Big Data]. *Xīn lǐ kē xué jìn zhǎn*, 31(03), 317-329. <https://kns.cnki.net/kcms/detail/11.4766.r.20221221.1427.009.html>

Yin, A. H. (2021). Kuà wén huà jiāo jì yǔ zhōng xī wén huà chōng tū [La comunicación intercultural y el conflicto entre las culturas china y occidental]. *Guó jì gōng guān*, (09), 71-73. <https://doi.org/10.16645/j.cnki.cn11-5281/c.2021.09.024>

Zhang, X., y Zhou, M. (2023). Information and digital technology-assisted interventions to improve intercultural competence: A meta-analytical review. *Computers y Education*, (194), 104697. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104697>

Zhao, X. H., y Lei, D. (2022). Guó nèi wài kuà wén huà sī biàn néng lì yán jiū shù píng [Una revisión de la investigación sobre el discernimiento intercultural en el país y en el extranjero]. *Wén huà chǎn yè*, (08), 117-119.