

УДК 008:316.73(510)

ЭВОЛЮЦИЯ ИМИДЖА КИТАЙСКИХ СЕЛЬСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ (КОНЕЦ 1970-х – 1990-е гг.)

СЫ ЧЖЭНЬЮЙ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Исследуется взаимосвязь между трансформацией социальной системы в Китае в начале 1980-х гг. (период реализации политики реформ и открытости) и развитием культуры, а также имиджа китайских сельских предпринимателей. Рассматриваются эволюция культурного образа китайских предпринимателей, изменение китайской корпоративной культуры и всей современной китайской культуры.

Ключевые слова: китайская предпринимательская культура; эволюция имиджа; социальная культура.

THE EVOLUTION OF THE IMAGE OF CHINESE RURAL ENTREPRENEURS IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY CHINESE CULTURE (LATE 1970s – 1990s)

SI ZHENYU^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

Abstract. This article examines the relationship between the transformation of China's social system in the early 1980s (the period of reform and opening-up) and the development of culture and the image of Chinese rural entrepreneurs. It examines the evolution of the cultural image of Chinese entrepreneurs, changes in Chinese corporate culture, and changes in contemporary Chinese culture.

Keywords: Chinese entrepreneurial culture; image evolution; social culture.

Введение

В современном обществе имидж предпринимателя – это не только движущая сила экономического развития, но и воплощение образа жизни и отношения к работе. Изучение имиджа современного китайского предпринимателя становится важной

задачей в области гуманитарных исследований, поскольку китайские предприятия с каждым годом играют все большую роль на мировом рынке. Характерной чертой современных китайских предприятий является их двойственная природа. Будучи

Образец цитирования:

Сы Чжэньюй. Эволюция имиджа китайских сельских предпринимателей в контексте современной китайской культуры (конец 1970-х – 1990-е гг.). *Человек в социокультурном измерении*. 2025;1–2:35–39. EDN: BDVNGU

For citation:

Si Zhenyu. The evolution of the image of Chinese rural entrepreneurs in the context of contemporary Chinese culture (late 1970s – 1990s). *Human in the Socio-Cultural Dimension*. 2025;1–2:35–39. Russian. EDN: BDVNGU

Автор:

Сы Чжэньюй – аспирант кафедры культурологии факультета социокультурных коммуникаций. Научный руководитель – кандидат исторических наук, доцент А. В. Бурачонок.

Author:

Si Zhenyu, postgraduate student at the department of cultural studies, faculty of social and cultural communications. 853559526@qq.com

экономическими субъектами, они одновременно функционируют как социокультурные институты, формирующие корпоративную идентичность, социальную ответственность и культурные практики [1, с. 200]. Одна из основных причин быстрого роста китайских предприятий видится в том, что до начала реализации принятой в 1978 г. по инициативе крыла прагматиков Коммунистической партии Китая политики реформ и открытости для экономической системы Китая не была характерна урбанизация. Демографическая структура в основном состояла из крестьян и военнослужащих. После вступления Китая на путь развития рыночной экономики большое количество военнослужащих ушли с военной службы, крестьяне покинули сельскую местность и стали опорой современных предпринимателей¹, которым для развития предприятий был необходим постоянный приток дешевой рабочей силы.

Государственная стратегия индустриализации предполагала оптимизацию инвестиционного климата, углубление международного сотрудничества и создала институциональные предпосылки для изменений в социальной структуре. Распространение рыночной экономической системы привело к формированию в китайском обществе слоя предпринимателей. Симбиоз традиционной культуры с ее акцентом на преемственность, инновации, социальную гармонию и революционной парадигмы, ориентированной на модернизацию и национальное возрождение, сформировал уникальную модель предпринимательской идентичности, отражающую диалектику культурного наследия и современных трансформаций китайского общества.

Актуальный предпринимательский имидж обусловлен экономической динамикой, он является формой социокультурного самовыражения. Ак-

тивная интеграция китайских предпринимателей в глобальную экономику актуализировала научный интерес к изучению их идентичности. Формирование предпринимательского духа в Китае детерминировано комплексом экономических, социальных и культурных преобразований, инициированных политикой реформ и открытости 1978 г. Этот феномен сочетает историческую преемственность с трансформациями в общественных, политических и экономических процессах.

Целью настоящего исследования является анализ взаимосвязи культурных трансформаций и эволюции имиджа предпринимателей из числа сельских жителей Китая в конце 1970-х – 1990-е гг., когда происходили радикальные изменения социальных институтов и культурных парадигм. Выбранные хронологические границы соотносятся с начальным этапом реализации политики реформ и открытости, которая началась именно в сельской местности. Изучение адаптации крестьян к новым экономическим и социокультурным реалиям позволяет реконструировать эволюцию предпринимательского имиджа, раскрыть механизмы формирования современной китайской культурной идентичности в ее корпоративном и национальном измерениях. В рамках данной статьи будет критически проверен тезис М. Вебера относительно невозможности формирования рыночной экономики в Китае ввиду отсутствия инновационного потенциала в традиционном конфуцианстве [2, с. 43]. Анализ диалектического взаимодействия традиционных ценностей (конфуцианское наследие, коллективистские установки) и вызовов рыночной модернизации позволит выявить ключевые векторы трансформации не только предпринимательского образа, но и всей системы культурных координат современного Китая.

Материалы и методы исследования

Развитие предпринимательства в Китае, вызванное реализацией политики реформ и открытости, является достаточно популярной темой среди исследователей-синологов. Вместе с тем культурная составляющая этих процессов редко становится предметом отдельных исследований.

Современные научные дискуссии о культурной трансформации в Китае обнаруживают концептуальное соответствие исследованиям эволюции предпринимательского имиджа на начальном этапе реформ [1; 2]. Исследовательское внимание сосредоточено на механизмах инновационного поиска изменений в осуществлении коммерческой деятельности предпринимателей в сельской местности, обусловленных историческими трансформациями и динамикой

культурно-идеологических парадигм. Анализ работы Чжао Тао о коммерческой цивилизации [3], исследования Хань Юньчжуна о конфуцианской культуре [4], а также критико-аналитических положений избранных произведений Мао Цзэдуна [5] демонстрирует, что культурное наследие не сводится к его механическому разделению на сущностное и второстепенное. Практика современного китайского социализма требует избирательной интеграции традиционных элементов культурного наследия через элиминацию его архаичных компонентов и творческое соединение значимых аспектов с современными реалиями.

В настоящей статье для достижения поставленной цели были использованы диахронический, синхронический, сравнительный, биографический методы

¹Four histories study and education. History of reform and opening up // Kunming Federation of Trade Unions Official Information Release Platform. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1766580279330101510&wfr=spider&for=pc> (date of access: 01.06.2025) (in Chin.).

исследования, методы социологических исследований, моделирование культурных практик. На основе анализа культурных архетипов из теории трансформации предпринимательского образа сформулировано культурологическое определение феномена культурной эволюции имиджа современного китайского предпринимателя. Данная теоретическая

модель позволяет исследовать воздействие социальной трансформации реформаторского периода на формирование предпринимательского имиджа, а также выявить генезис теоретических подходов к культурной эволюции в условиях трансформаций общественных, политических и экономических процессов.

Результаты и их обсуждение

В 1980-е гг. тысячелетняя аграрная структура китайского общества, основанная на конфуцианских принципах, столкнулась с вызовами, обусловленными началом реализации политики реформ и открытости. Освобождение крестьян от земельной зависимости создало предпосылки для развития ремесленных мастерских и мелкотоварного производства, которые позволили фермерам освоить базовые промышленные технологии. Исторически маргинализированное крестьянство, выступая социальной основой революционной культуры, столкнулось с парадоксом конфуцианской модели семейной иерархии, согласно которой старейшины семьи обладают приоритетом в принятии решений, сохраняют семейную культуру и поддерживают моральные нормы. В традиционном аграрном обществе, характеризующемся низкой мобильностью, эти принципы (сыновняя почтительность, братская солидарность, семейная гармония) создали условия для социальной стабильности. Однако в условиях рыночной экономики, отличающейся производственной динамикой и сложными трудовыми отношениями, семейные предприятия столкнулись с системным кризисом². Крестьянские предприниматели, создавая компании на основе родственных связей, изначально опирались на патриархальные нормы распределения ресурсов. Противоречие между принципом старшинства (приоритет возраста над профессиональным вкладом) и рыночными механизмами (плата за эффективность, акционерное распределение) привело к распаду семейных альянсов. Данный структурный кризис, сопровождавшийся трансформацией родственных связей, стал неизбежным этапом преобразования архаичных семейных предприятий в современные корпоративные структуры.

Распад традиционных семейных предприятий, основанных на концепции Цзя Тянься (кит. 家天下 – мышление, ориентированное на семью), в процессе индустриализации китайской деревни создал условия для формирования современных корпоративных структур [6, с. 57]. Этот переход не только стимулировал трансформацию менталитета крестьянских предпринимателей (от патриархальных лидеров

к профессиональным управленцам), но и спровоцировал кризис их идентичности. Отход от традиционной корпоративной культуры сопровождался двойным вызовом: возникла необходимость, с одной стороны, в поиске новых моделей управления, с другой стороны, в реконструкции культурной идентичности предпринимателей в условиях снижения значения традиционных ценностей. Парадоксальным образом сам процесс трансформации стал формой диалектического наследования китайских культурных традиций. Разрушая архаичные структуры, он создал почву для избирательной адаптации конфуцианских принципов (например, идеи социальной ответственности) к современным бизнес-практикам.

В качестве примера трансформации менталитета сельских предпринимателей можно привести Ли Шуфу, основателя одной из крупнейших китайских автомобилестроительных компаний *Geely*. Он начал предпринимательскую деятельность в 1980-х гг., открыв частную фотостудию. Позже вместе с братьями он организовал ремесленное производство деталей для холодильников. Семейная солидарность и взаимопомощь стали основой успеха предприятия Ли Шуфу на начальной стадии его развития. Однако после создания в 1994 г. компании *Geely Group* патриархальная модель управления, для которой характерна абсолютная власть главы семьи, привела к конфликтам. В 1997 г. сестра основателя Ли Шуфан покинула компанию, в 1999 г. его брат Ли Шутун ушел вместе с частью сотрудников. Долгое время Ли Шуфу отрицал семейный статус предприятия. Кризис 2003 г. стал для него поворотным моментом, во время которого была создана компания *Geely Holding* и привлечены профессиональные менеджеры³. Данная трансформация разделила семейные и деловые отношения, минимизировав влияние эмоциональных факторов на управленческие решения, распределение ресурсов и модернизацию производства. Ли Шуфу эволюционировал от патриархального лидера до современного корпоративного управленца, достигнув при этом баланса между конфуцианской этикой и требованиями рыночной эффективности.

²Wu Renbao. Outstanding representative of rural grassroots cadres, former Party Secretary of Huaxi Village // Baidu Encyclopedia. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E5%90%B4%E4%BB%81%E5%AE%9D/70290> (date of access: 01.06.2025) (in Chin.).

³Li Shufu's family ups and downs: son is Geely's potential successor; four Li brothers split // sina.com : website. URL: <https://finance.sina.cn/2018-02-25/detail-ifyrvaxf0191721.d.html?from=wap> (date of access: 01.06.2025) (in Chin.).

Распад традиционных семейных предприятий, основанных на концепции Цзя Тянься, в процессе модернизации китайской деревни демонстрирует парадоксальный синтез культурной преемственности и институциональных разрывов. Сельские предприятия, изначально управляемые сельскими лидерами, формально внедряли современные управленческие практики, сохраняя глубинные конфуцианские паттерны [4, с. 105]. Ключевое противоречие проявлялось в когнитивном диссонансе предпринимателей (стремление к технологической модернизации и эффективности сочеталось с подсознательным соблюдением неоконфуцианских догм эпохи Сун, в том числе принципа трех подчинений (правителю, отцу, мужу)). Такая двойственность породила уникальный феномен: внешне современные предприятия сохраняют иерархические структуры, в которых власть монополизирована патриархальными лидерами. Успешные кейсы (повышение производительности с помощью внедрения инноваций) сосуществуют с системными проблемами (жесткая иерархия подавляет инициативу, а риторика взаимопомощи маскирует авторитарные практики). Даже прогрессивные предприниматели, преодолевая технологическую отсталость, часто воспроизводят архаичные культурные коды, что становится причиной кризисов при расширении бизнеса.

Ярким примером диалектики традиции и современности стал опыт Юй Цзомина – руководителя деревни Дацючжуан (муниципалитет Тяньцзинь), обладателя звания «Лучший фермер-предприниматель Китая». В 1980-е гг. он организовал сбор средств для строительства сталелитейного завода, создав позже промышленно-торговую корпорацию «Дацючжуан». Патриархальная модель управления обеспечила первоначальный успех (строительство вилл, обеспечение бесплатного образования и др.). Однако культ личности Юй Цзомина, называвшего себя «императором», привел к гипертрофии власти. Внесудебные расправы над менеджерами (смерть директора сталезавода в 1993 г.) и имитация государственных институтов показали противоречие между формальной модернизацией и архаичной культурной матрицей.

Трансформация китайских сельских предпринимателей отражает взаимодействие конфуцианского наследия и революционной парадигмы. Часть предпринимателей, усвоивших принципы революционной культуры (приоритет народных интересов, коллективная ответственность), трансформировали архаичные семейные предприятия в современные кооперативные структуры [3, с. 93]. Их подход, основанный на принципах реального положения дел и справедливого распределения ресурсов, контрастирует с традиционной иерархической моделью.

Распространенные примеры успешной адаптации сельских жителей к новым экономическим реалиям

демонстрируют замещение концепции индивидуализированной прибыли концепцией общего процветания, трансформацию патриархального лидерства в коллективное управление и внедрение технологических инноваций в производство при сохранении социальной ответственности. Данный феномен иллюстрирует потенциал синтеза революционной риторики и рыночных механизмов для создания устойчивой модели экономической модернизации. Яркой иллюстрацией диалектики традиционного и революционного этоса стал опыт У Жэньбао – руководителя деревни Хуаси (провинция Цзянсу), обладателя званий «Пионер реформ» и «Выдающийся предприниматель Китая». В 1979 г. вопреки распространенной практике семейного бизнеса он организовал коллективное землепользование на 200 га земли для 30 опытных фермеров, направив остальных жителей деревни на обучение промышленным технологиям. Результатом стало учреждение 40 предприятий (кузнечных, прокатных, алюминиевых заводов), выведших к 1980 г. деревню Хуаси на первое место в провинции по объему производства⁴.

Успех базировался на синтезе революционной риторики (установка «народ превыше всего», коллективная ответственность), концепции Цзя Тянься и механизмов взаимопомощи. В систему совместного развития с деревней Хуаси последовательно включились в качестве объектов прямого содействия 20 соседних деревень, сформировав идею «большого Хуаси». Кроме того, подготовка сотен тысяч сельских кадровых работников позволила укрепить местные артийные организации и стимулировать строительство новых деревень социалистического типа по всей стране. У Жэньбао неизменно находился во главе реформ и способствовал развитию села. Он организовал освоение земель жителями деревни Хуаси в 1970-х гг., создание заводов в 1980-х гг., строительство города в 1990-х гг., что позволило через индустриализацию, урбанизацию и модернизацию последовательно преобразовать образцовую аграрную деревню. Таким образом, был проложен новый путь развития, основанный на консолидации сельских ресурсов, взаимодополняемости преимуществ предпринимателей, их взаимовыгодном сотрудничестве и всеобщем процветании, а также заложены основы демократической системы управления крупным сельским поселением. Принцип трех нельзя (нельзя забывать государство, коллектив, соседей) У Жэньбао реализовался через создание филиалов Хуаси в Нинся, Хэйлунцзяне и других регионах. В 1990-х гг. деревня-корпорация Хуаси завершила эволюцию от аграрного сообщества через индустриализацию до урбанизированного конгломерата⁵. Ее опыт демонстрирует потенциал гибридных моделей, где революционный этос нейтрализует архаичные элементы традиционной системы, со-

⁴Wu Renbao and Huaxi Village // China People's Daily Online. URL: <http://cpc.people.com.cn/n/2013/0319/c87393-20831708.html> (date of access: 01.06.2025) (in Chin.).

⁵Ibid.

храняя социально ориентированную основу конфуцианского наследия.

Реформы 1980-х гг., обеспечившие экономический рывок Китая, выявили ключевую роль предпринимательской инициативы. Начальный этап рыночных преобразований сопровождался когнитивным диссонансом (прямое применение конфуцианских принципов и революционной риторики без адапта-

ции к рыночным реалиям порождало институциональные кризисы). Однако избирательная трансформация культурных парадигм, предусматривающая интеграцию конфуцианской этики и корпоративной социальной ответственности, а также переосмысление революционных идеалов через призму экономической эффективности, сформировала уникальную гибридную модель предпринимательства.

Заключение

С началом реализации политики реформ и открытости в 1980-х гг. Китай вступил на путь ускоренного развития, который требовал для укрепления экономической мощи страны формирования предпринимательского класса с инновационным мышлением. В этот период китайские предприниматели столкнулись с необходимостью адаптации корпоративной культуры к реалиям рыночной экономики с одновременным сохранением культурной идентичности.

Практика показала, что взаимодействие традиционной конфуцианской культуры и революционной «красной» культуры в условиях рыночной системы хозяйствования вызвало реорганизацию корпоративной культуры. Было установлено, что интеграция, взаимодополнение и реструктуризация различных культур в рамках современной предпринимательской практики, направленные на их верификацию и обновление, заложили теоретико-методологиче-

ские основы современной культурной трансформации.

Параллельно с этим китайские предприниматели в процессе практической деятельности осуществляют модернизацию традиционной конфуцианской культуры и адаптацию революционной культуры к экономическим реалиям. Внедрение культурных архетипов традиционной и революционной парадигм в рыночную практику создает основу для формирования современной предпринимательской культуры, способствуя эволюции как деловой этики, так и предпринимательского имиджа. Этот процесс опровергает тезис М. Вебера об отсутствии инновационного потенциала в традиционном конфуцианстве. Эмпирические данные подтверждают, что прагматичная адаптация культурного наследия создала альтернативный путь институциональной эволюции, на котором традиционные ценности стали ресурсом инновационного развития.

Библиографические ссылки

1. 刘刚, 殷建瓴, 刘静. 中国企业文化 70 年: 实践发展与理论构建. *经济管理*. 2019;10:194–208 = Лю Ган, Инь Цзяньвэй, Лю Цзин. 70 лет китайской корпоративной культуры: практическое развитие и теоретическое построение. *Управление экономикой*. 2019;10:194–208.
2. 孙洪钧. 儒商精神与现代企业家精神构建 [论文]. 上海: 上海财经大学; 2021. 143 页 = Сунь Хунцзюнь. *Конфуцианский деловой дух и построение современного предпринимательства* [диссертация]. Шанхай: Шанхайский университет финансов и экономики; 2021. 143 с.
3. 赵涛. 商业文明与中国社会转型研究 [论文]. 北京: 北京邮电大学; 2015. 146 页 = Чжао Тао. *Бизнес-цивилизация и социальная трансформация Китая* [диссертация]. Пекин: Пекинский университет почты и телекоммуникаций; 2015. 146 с.
4. 韩云忠. 先秦儒家礼乐文化的德育价值研究 [论文]. 山东: 山东师范大学; 2015. 185 页 = Хань Юньчжун. *Исследование ценности нравственного воспитания в конфуцианской ритуальной и музыкальной культуре доциньской эпохи* [диссертация]. Шаньдун: Шаньдунский педагогический университет; 2015. 185 с.
5. 毛泽东. 毛泽东选集. 北京: 人民出版社; 1991. 534 页 = Мао Цзэдун. *Избранные произведения Мао Цзэдуна*. Пекин: Народное издательство; 1991. 534 с.
6. 刘礼光. «管子» 治家治国治天下思想略论. 载: 刘国旗, 编. «管子的世界观与构建人类命运共同体» 和 «新中国管子研究 70 年». 第十四届全国管子学术研讨会论文集; 2019 年 5 月 10 日; 安徽, 中国. 出版社: 安徽省人民出版社; 2019. 57–60 页 = Лю Лигуан. Краткое объяснение мысли об управлении семьей, государством и миром в Гуаньцзы. В: Лю Гоци, редактор. «Единый мир Гуаньцзы и построение сообщества общего будущего для человечества» и «70 лет исследований Гуаньцзы в Новом Китае». *Материалы 14-го национального симпозиума Гуаньцзы; 10 мая 2019 г.; Аньхой, Китай*. Аньхой: Аньхойское народное издательство; 2019. с. 57–60.

Статья поступила в редколлегию 01.07.2025.
Received by the editorial board 01.07.2025.