

Арташкина Тамара Андреевна

доктор философских наук, доцент,
профессор Департамента искусств и дизайна
Школы искусств и гуманитарных наук
Дальневосточного федерального университета

Ван Ифэй

аспирант Департамента искусств и дизайна
Школы искусств и гуманитарных наук
Дальневосточного федерального университета

КИТАЙСКАЯ ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ДУХОВНАЯ И ИДЕОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА КИТАЙСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация:

Китайская духовная культура как производная национальной культуры играет центральную роль во всей системе китайской корпоративной культуры. Базисом духовной культуры являются традиционная культура и три ее учения: конфуцианство, буддизм и даосизм. В долгой истории китайской традиционной культуры конфуцианство успешно применялось в экономической сфере. Ценности и моральные принципы конфуцианства, буддизма и даосизма отражают образ мышления и правила жизни китайских конфуцианских купцов и образовали уникальную культурную модель. Предметом изучения в статье стали основные принципы традиционной конфуцианской купеческой культуры: выгоды, доброты и любви, честности, гармонии, «Предприимчивый дух предприимчивого (торговца)», конфуцианский принцип лояльности и патриотизма, моральные стандарты даосизма, принцип буддизма «Не делай ничего плохого, делай все добрые дела». Таким образом, чтобы понять культурную модель корпоративной культуры с китайской спецификой, следует признать китайскую традиционную культуру важным фактором и важным компонентом корпоративной культуры.

Ключевые слова:

Китай, корпоративная культура, традиционная культура, Сто школ, конфуцианство, буддизм, даосизм, конфуцианские купцы, китайские предприниматели.

Artashkina Tamara Andreevna

D.Phil., Professor,
Department of Arts and Design,
School of Arts and Humanities,
Far Eastern Federal University

Wang Yifei

PhD student, Department of Arts and Design,
School of Arts and Humanities,
Far Eastern Federal University

CHINESE TRADITIONAL CULTURE AS THE SPIRITUAL AND IDEOLOGICAL FOUNDATION OF CHINESE CORPORATE CULTURE

Summary:

In Chinese concept of corporate culture, the spiritual culture as a derivative of the ethnic culture plays a central role in the whole system of corporate culture. The spiritual culture is based on the traditional culture with its three teachings: Confucianism, Buddhism, and Taoism. Confucianism has been successfully applied to the economy in the long history of Chinese traditional culture. The values and moral principles of Confucianism, Buddhism, and Taoism reflect the way of thinking and life principles of Chinese Confucian merchants; they have formed a unique cultural model. The study focuses on the main principles of traditional Confucian merchant culture: principles of profit, kindness and love, honesty, harmony, 'Entrepreneurial spirit of the entrepreneur (merchant)', a Confucian principle of loyalty and patriotism, moral standards of Taoism, a Buddhist principle 'Do not do bad things, commit all good deeds'. Therefore, the cultural model of Chinese corporate culture can be understood by recognizing the Chinese culture as an important factor and component of the corporate culture.

Keywords:

China, corporate culture, traditional culture, Hundred Schools of Thought, Confucianism, Buddhism, Taoism, Confucian merchants, Chinese entrepreneurs.

В одной из своих предыдущих статей [1] мы показали, что, по мнению китайских авторов, китайская корпоративная культура детерминирована «внешней» (национальной) культурой как формой социального бытия. В китайских концепциях корпоративной культуры различаются три слоя (уровня): институциональный, духовный и материальный. Культура духа как производная национальной культуры является более глубоким и значимым культурным феноменом и играет центральную роль во всей системе корпоративной культуры. Базисом духовной движущей силы китайской корпоративной культуры являются традиционная культура и традиционные духовные ценности.

Понятие традиции является устойчивым социальным фактором, накопленным определенной нацией в ее длительной исторической практике, который оказывает влияние на обширные области общественной жизни, включающие политику, экономику и сознание. Китайская исследовательница Цзя Хуэйминь подчеркивает, что «в понимании традиции нам представляются важными два момента: традиция – форма сохранения и передачи культурных ценностей, продуктивный тип связи между культурами; традиция как явление социальной коммуникации может функционировать только

в нематериальной культуре» [2, с. 99]. И далее: «При этом мы различаем три понятия: имя существительное “традиция”, имя прилагательное “традиционный” и <словосочетание> “традиционная культура”, в которую входят материальная и нематериальная составляющие. Заметим, что часто путают понятия традиции как явление социальной коммуникации и традиционную культуру» [3].

Мы согласны с Цзя Хуэйминь в том, что с точки зрения китайской социологии культуры традиция – это социально-исторические факторы, которые обладают собственными характеристиками и передаются из поколения в поколение. Традиционная культура любой нации формируется и развивается в историческом процессе. Она продолжает свою эволюцию, имеет свою специфическую коннотацию и доминирующее положение в истории. Цзюнь Ян отмечает, что материальная культура является компонентом традиционной культуры, однако больший удельный вес в последней составляет нематериальная духовная культура [4, с. 53].

Конфуцианство, буддизм и даосизм являются основой традиционной китайской культуры. Однако с момента появления древней китайской философии до формирования китайской культурной модели, базирующейся на конфуцианстве, буддизме и даосизме, прошло три исторических этапа.

Первый этап – «соперничество Ста школ» (百家争鸣). «Сто школ» (诸子百家) – это общее название интеллектуальных течений, существовавших в исторические периоды Весен и Осеней (722–481 г. до н. э.) и Воюющих царств (475–221 г. до н. э.). Появившиеся в это время этические и философские системы оказали продолжительное влияние на культуру Дальнего Востока, схожее с влиянием классической Греции на европейскую цивилизацию. Сохранилось множество источников, по которым можно судить о сути этих учений: трактаты самих школ, критические тексты, написанные представителями других школ, сочинения древнекитайских историков. Всего насчитывается 189 работ по философии и 4432 работы (трактата) по разным предметам (раздел в старой китайской литературе) [5]. «Соперничество Ста школ» можно назвать ярким изображением культурного развития этой эпохи. Известный российский китаист А.И. Кобзев так характеризует эту эпоху: «В начальный период своего существования (VI–III вв. до н. э.) китайская философия в условиях категориальной недифференцированности философского, научного и религиозного знания являла собой картину предельного разнообразия взглядов и направлений...» [6, с. 50]. Китайский исследователь Лю Лисянь говорит о том, что в середине периода Воюющих царств (475–221 г. до н. э.) среди приверженцев разных школ (школа инь и ян, легисты, номиналисты, моисты, конфуцианцы и др.) появилось несколько известных мыслителей, которые оказали глубокое влияние на развитие и прогресс китайского общества, формируя образец обучения и споров [7, с. 58].

Второй этап – конфуцианство становится «главным героем» исторического этапа. В 221 г. до н. э. император Цинь Ши-хуанди объединил Китай, однако правление династии Цинь способствовало становлению культурного авторитаризма, подавляя инакомыслие. Цинь Ши-хуанди и его премьер-министр – легист Ли Сы делали ставку на сильную власть государя и его министров и чиновников. Подчиняясь легистам, Цинь Ши-хуанди приказал сжечь все конфуцианские сочинения и закопать заживо 460 виднейших конфуцианцев [8]. При этом пострадали не только конфуцианцы, но и многие семьи, за исключением легистов [9, с. 58]. После установления правления династии Западная Хань (206 г. до н. э. – 25 г. н. э.) статус конфуцианства постепенно возрастал. Конфуцианский философ Дун Чжуншу, будучи приближенным советником императора У-ди, добился изгнания из правительства приверженцев конкурирующих идеологий и провозглашения конфуцианства господствующей доктриной Ханьской империи. Конфуцианство стало официальной идеологией феодального государства, а конфуцианские нормы и ценности стали общепризнанными.

Третий этап – конфуцианство, даосизм и буддизм стали тремя базисными основаниями китайской культуры. Конфуцианская культура постепенно укоренялась на древней земле Китая и занимала важное место в китайской культуре. В процессе своего распространения и развития конфуцианство постепенно стало доминировать в некоторых династиях. Однако доминирование конфуцианства не могло быть бесконечным. Буддизм проник в Китай из Индии в период империи Хань (206 г. до н. э. – 220 г. н. э.), попав в Китай через Среднюю и Центральную Азию в достаточно трансформированной форме, а в Китае изменился еще больше. Даосизм стал формироваться в VI–V вв. до н. э., и его основные идеи стали отправной точкой учения Конфуция. Вся история даосизма может быть разделена на две части: период зарождения и формирования даосизма (до II в. н. э.) и период развития уже сформировавшегося даосизма. Первым философом (основателем) даосизма традиционно считается Лао-цзы. В соответствии с учением Лао-цзы, основой основ природы и общества, всей Вселенной является великое Дао – концепция Пути, Истины, Порядка. В 618 г. н. э. началось правление династии Тан (618–907), когда статус учения о Дао (даосской философской школы) быстро вырос и вскоре превзошел статус конфуцианства и буддизма. Китайский исследователь Лю Лисянь отмечает, что с тех пор статус конфуцианства, буддизма и даосизма в китайской культуре то поднимался, то падал. С династии Восточный Цзинь (317–420) до династий Суй (589–618) и Тан в китайской культуре постепенно устанавливалась структура конфу-

цианства как основного идеологического учения [10, с. 59]. Российский исследователь Л.С. Васильев пишет: конфуцианство «стало выше любой религии и любой идеологии – оно стало образом жизни, принципом организации стабильного и достаточно жизнеспособного организма. И это соответствовало соотношению сил в обществе, реальной действительности» [11].

Конфуцианство, буддизм и даосизм формировались как независимые друг от друга и взаимно терпимые учения. Постепенно конфуцианство, даосизм и буддизм стали фундаментом китайской культуры. Этот процесс продолжался до конца XIX и начала XX в. И это же явление мы наблюдаем до сих пор.

Китайские исследователи отмечают, что, в соответствии с философской традицией, традиционная китайская культура включает конфуцианскую, даосскую культуру, культуру легалистов (легистов) и буддистскую культуру. Каждая их мысль представляет собой основное содержание традиционной китайской культуры, но конфуцианство всегда занимает доминирующее положение. В этой культурной модели различные идеи взаимодополняют друг друга и взаимосвязаны, формируя общую идеальную личность, ценности и мышление китайской нации [12, с. 254].

Шестой пленум Центрального комитета Коммунистической партии Китая XII созыва выдвинул стратегическую задачу продвигать китайскую культуру и строить социалистическое государство на основе китайской культуры. В долгой истории традиционной китайской культуры конфуцианство успешно применялось в экономической сфере, где также сформировало уникальную конфуцианскую культуру. Сунь Вэй считает, что формирование современного предпринимательского духа китайцев требует опоры на прекрасные традиции китайской культуры. Поэтому использование традиционной конфуцианской бизнес-культуры для формирования предпринимательского духа современных китайцев – это специальный предмет, который стоит изучать. Ценности и моральные принципы конфуцианства отражают образ мышления и правила жизни китайских конфуцианских купцов в их повседневной деятельности, деловых отношениях и жизни, породив свою уникальную культурную модель [13, с. 86].

Понятие конфуцианского бизнеса относится к торговцам, которые исповедуют конфуцианство и применяют его принципы в коммерческой деятельности. Конфуцианский бизнес-дух – это уникальный дух деловой культуры, сформированный в долгосрочной деловой деятельности. При формировании современной корпоративной культуры сущность конфуцианской бизнес-мысли может быть использована для того, чтобы стать культурой современных предприятий, и это делает ее ценным достоянием этих предприятий [14].

Как особый тип торговца торговцы с конфуцианским деловым мышлением появляются и становятся многочисленными с распространением конфуцианства и развитием товарной экономики. В долгом историческом процессе конфуцианские торговцы сформировали свою собственную уникальную деловую культуру, или деловой дух. Этот дух отличается от западного, созданного на основе протестантской этики, и от еврейского и арабского. Китайский феномен – это органическое сочетание конфуцианства и товарного экономического права. «Делать бизнес» – это как быть человеком, обращающим внимание на добродетель, принимающим праведность в качестве основы своих действий, заботящимся о коллегах и служащих с добротой и делающим все вокруг себя полным мира. Благоприятная атмосфера взаимоотношений требует относиться с искренностью к окружающим людям и своим партнерам в деловых отношениях. Дух конфуцианских купцов – это ценная деловая культура, основанная в Китае [15, с. 57].

Можно выделить следующие принципы традиционной конфуцианской купеческой культуры.

Принцип выгоды (重利轻义): феодальная этика ограничивает стремление людей к материальным интересам. Китайский исследователь Сунь Вэй так разъясняет этот принцип. Идея о том, как бороться с материальными интересами, является основной в области конфуцианства. Конфуцианство выступает за то, что доброжелательность и праведность выступают гарантией для реализации интересов; соблюдаются интересы, необходимые для реализации доброжелательности и праведности; использование доброжелательности и праведности для реализации своих интересов может быть ограничено. «Уважение доброжелательности и праведности и игнорирование интересов» – одна из догм древней китайской экономической мысли. Конфуций писал: «Благожелательность и праведность могут принести пользу». Этот принцип конфуцианства отражен в этике китайских бизнесменов. Важное различие между коварным и хорошим бизнесменом – их отношение к благожелательности и интересам. Хороший бизнесмен, чтобы получить льготы, использует праведность; чтобы регулировать погоню за интересами, вероломные бизнесмены гонятся за прибылью и не подчиняются праведности. Хуйчжоуские купцы в династиях Мин и Цин выступали за «преимущества использования доброжелательности и праведности». Такой «способ зарабатывания денег, использование доброжелательности и праведности для получения выгод и действия в своих интересах» дал им много преимуществ. Данный принцип является одной из важных норм традиционной конфуцианской морали, а также важным критерием для построения межличностных отношений [16, с. 86].

Принципы конфуцианства отражены в конфуцианской философии бизнеса: «Бизнес еще не создан, но чувства и лояльность уже существуют». История показала, что важное различие между спекулянтами и хорошими бизнесменами выражается в их отношении к справедливости и прибыли. Примером тому является компания «Руи Исианг» – известное крупнейшее совместное предприятие шелкового бизнеса до освобождения Нового Китая (от японской агрессии). «Руи Исианг» была создана потомками конфуцианцев. При основании предприятия его генеральный менеджер Мэн Луочуань в управлении предприятием отстаивал идею «быть доброжелательным и праведным и соблюдать интересы с доброжелательностью и праведностью». Руководители династий «Руи Исианг» приняли эту идею. По их мнению, бизнес, безусловно, требователен (жесток), но он все же должен отражать интересы общества и служить общественным интересам. Это, как считали они, настоящая вечная ценность предприятий и бизнесменов. Если кто-то начнет нарушать деловую этику, наносить вред людям и совершать дела, неблагоприятные для общества и общественности, его наказание будет возмездием за такие дела. Поэтому каждое слово, каждое движение, каждая инициатива, первое соображение – все это было направлено на то, как приносить пользу людям, как удовлетворить различные потребности клиентов. «Руи Исианг» всегда придерживалась традиционной деловой этики, что позволило ей выстоять под двойным гнетом феодальных компрадоров и иностранного капитала [17, с. 57].

Принцип доброты и любви (仁者爱人): благожелательный человек имеет любящее сердце и полон большой мудрости, харизмы и доброты. Данный принцип ориентирован на людей. Китайские исследователи Ченг Пэн и Чэн Чэнпинг отмечают, что ориентация на людей и доброжелательность – это основные принципы и дух конфуцианства, а также категории, неоднократно упоминавшиеся во многих конфуцианских произведениях. Например, «樊迟问仁, 子曰: 爱人» (дословно: «Фань Чи спросил, Зи Янь ответил: любовь») «Уход за другими – это доброжелательность» («Аналитики Конфуция»). Доброжелательность является следствием мышления, ориентированного на людей. Конфуцианство ставит людей в центр мироздания и человеческого мира, а затем порождает «благожелательность» мысли «этого и другого», которая также относится к основной философии бизнеса китайских конфуцианских купцов. Принцип, требующий унаследовать доброжелательность конфуцианской бизнес-культуры, ориентированной на людей, философию бизнеса и культивировать ориентированный на людей дух предприятия, имеет большое значение для современных предприятий. Компания с ориентированной на людей корпоративной философией станет процветающей. Поэтому современным предприятиям следует использовать этот принцип в своей работе, обращать внимание на интересы сотрудников, побуждать сотрудников действительно воспринимать предприятие как свой дом и делать все возможное для развития своего предприятия [18, с. 53].

Принцип честности (诚信不欺): честный человек не обманывает. Честность бизнесмена – это самое главное. Если вы потеряете честность, тогда вы не только обманываете других, но и свой бизнес, и себя. Честность является одной из пяти общих этических норм конфуцианства. Это означает, что, беря кредит, следует выполнять свои обещания в отношениях с другими, – один из основных этических принципов общения с другими людьми. Конфуций подчеркивал, что человек должен выполнять заповедь: «говорящий должен быть верным слову, а дело должно быть сделано». В династиях Мин и Цин (1368–1911) появилось много бизнесменов (деловых людей). Для торговцев из провинции Шаньси не было особых преимуществ, поэтому они придавали большое значение деловой репутации. Бизнесмены из провинции Шэньси, которые добились успеха в современном китайском бизнесе, известны тщательной бизнес-аналитикой. Современный бизнес в провинции Чжэцзян является самым мощным. Бизнесмены из провинций Цзянси, Хунань и Хубэй известны тщательностью своих расчетов. Однако во всех случаях целостность идей бизнес-принципов влияет на успешность бизнеса [19, с. 86].

Гармония принципов и дела – самое важное в зарабатывании денег. Этот конфуцианский принцип означает, что гармония – лучшее состояние всех вещей. Когда гармония поддерживается, мир полон жизненной силы и он будет процветать и развиваться. В противном случае общество утратит стабильность, что повлияет на развитие всех сторон общественной жизни. Конфуцианство вводит **принцип гармонии всех вещей** в область межличностных отношений и считает, что гармония – это концентрированное выражение хороших отношений между людьми. Конфуцианские купцы верят в мир и гармонию и что гармоничные отношения в экономике, преследуя материальные интересы и влияя на межличностные отношения, имеют большое значение для бизнеса [20, с. 87].

Конфуцианство поддерживает сильное чувство карьеры и самосовершенствование. Фан Юаньюань обращает внимание на то, что в конфуцианском трактате «Ли цзи» – «Книге обрядов» сказано: «汤之盘铭曰: 苟日新, 日日新, 又日新». Вольный перевод этого выражения означает непрерывность инноваций, а также укрепление революции мысли. В другом трактате – «Книге Чжоу Йи» сказано:

«天行健，君子自強不息». Вольный перевод этого выражения следующий: «Вселенная продолжает бежать, и люди должны следовать небесам и земле и продолжать всегда двигаться вперед». Именно такое позитивное отношение к жизни побуждало китайскую нацию в трудной обстановке на протяжении тысяч лет создавать замечательную культуру и умерить национальный дух самообеспечения и самоуважения. Хуйчжоуские торговцы, о которых мы уже писали и которые были активны во времена правления династий Мин и Цин (1368–1911), опирались на **принцип «Предприимчивый дух предприимчивого (торговца)»** и не стеснялись бояться неудач. Они завоевали репутацию «дух верблюда провинции Аньхой» (что означает: (трижды) тяжелая работа, преданность делу, упорство, упорный труд, предприимчивость и отличное качество полученного результата). Такая репутация оказывает важное влияние на формирование ценностей современного китайского бизнеса: самоотверженность, предпринимательство, самодеятельность, новаторство и предприимчивость, а также на формирование национальной корпоративной культуры [21, с. 58].

Конфуцианский принцип лояльности и патриотизма помогает усилить корпоративную сплоченность. Страна состоит из многих небольших семейств. Без этих маленьких семей невозможно создать страну. Любовь к стране означает также любовь к своей маленькой семье. Только тогда, когда страна процветает, мы и наши семьи могут быть счастливыми и здоровыми. Чтобы возникли отношения между индивидуумом и государством, необходимо сначала «перевести дух» (先公后私) (вольный перевод: «Сначала сосредоточьтесь на бизнесе, затем рассмотрите частные вопросы») и затем «поступить справедливо» (大公无私) (вольный перевод: «Это делается полностью на благо людей, без эгоизма»).

Национальный дух, защищенный конфуцианством, вдохновляет китайских бизнесменов на то, чтобы помнить, что они являются китайцами. Всякий раз, когда наступает сложный, глубокий национальный кризис, многие китайские бизнесмены начинают действовать. Все предприятия национальные, принадлежат конкретным странам, предприниматели являются гражданами конкретных стран, но и корпоративная культура также является национальной. Хотя многонациональные корпорации процветают, независимо от того, в какой стране находится компания, но эта компания всегда принадлежит какой-либо стране. Процветание и падение страны влияют на положение компании на международном рынке. Чэнь Цзягэн, один из известных зарубежных китайских бизнесменов, поставил слово «честность» на первое место в управлении бизнесом. Для Чэнь Цзягэна понятие честности эквивалентно утверждению «Лояльность к своей стране и искреннее служение обществу». Он неоднократно подчеркивал, что «предприятие должно взять на себя ответственность за оживление национальной экономики». Корпоративные ценности являются ориентиром и источником власти. «Лояльность и патриотизм» предприятий Чэнь Цзягэна как корпоративная ценность получили высокую оценку и поддержку со стороны широкой общественности. Социальное влияние его предприятий стало известно как внутри страны, так и за рубежом, а продажи продукции значительно возросли [22, с. 59].

Моральные стандарты даосизма также известны как принципы китайского бизнеса. «Чжуан-цзы» и «Ле-цзы» – наиболее известные трактаты даосского направления. Даосская культура характеризуется гибким управлением. Принцип Дао (道法自然) гласит: «Люди должны следовать законам природы, соответствовать природе, не должны вмешиваться в естественный ход вещей и совершать ненужные поступки, а также должны делать то, что положено им как части природы и общества». Одна из наиболее важных особенностей даосской культуры проявляется в отношении конкуренции: «Перед лицом славы и удачи мы должны быть скромными, придерживаться высоких отношений, не конкурировать с людьми и не конкурировать ради прибыли. Наоборот, мы должны посвящать себя другим». В трактате «Дао дэ Дзин» это звучит так: «Когда в погоне за добычей мчишься по полю во весь опор, сердце твое делается безудержным и слепым. Добывая в поте лица ценности и украшения, ты действуешь во вред себе» [23].

Даосизм считает, что гибель и поражение в борьбе вызваны конкуренцией. В борьбе частных интересов лучше победить личный интерес: «Высший персонаж подобен воде, а не славе и богатству. Не конкурируйте с другими, чтобы достичь мягкости...». Из трактата «Дао дэ Дзин»: «Во всем мире нет ничего более мягкого и податливого, чем вода, но она точит твердое и крепкое. Никто не может ее одолеть, хотя любой может ее потеснить. Податливое побеждает крепкое, мягкое одолевает твердое, – все это знают, но никто не осмеливается действовать так» [24]. Иными словами, использование даосизма подобно воде. Вода имеет неоспоримую добродетель. Она не борется за утилитаризм, но может поддерживать его.

Согласно таоистским (даосским) культурным концепциям, таким как «не бороться», лучше использовать китайскую уникальную конкурентную стратегию: «быть независимым, не стоять на месте и быть преуспевающим». В соответствии с этим требованием предприятия могут создавать уникальные новые стили или новые методы руководства в условиях жесткой конкуренции на рынке, чтобы иметь уникальную ценность для клиентов и достигнуть большего пространства

для выживания и развития. Даосский принцип «не бороться» в условиях конкуренции требует от компаний больше обращать внимание на **принцип «Сделано и действовало»**. Принимая несколько способов борьбы с дифференцированной конкуренцией, предприятие создает в сознании клиентов имидж хорошего корпоративного продукта [25, с. 40].

Принцип буддизма «Не делай ничего плохого, делай все добрые дела». После того как западная культура и технологии постепенно проникли на Восток, сочетание буддизма и традиционной китайской культуры значительно способствовало развитию самого буддизма. Особенно активно этот процесс наблюдался в династиях Суй и Тан (589–907). По сравнению с другими религиями, буддизм имеет отличительную черту, которая заключается в признании величия людей, стремлении искать истину у самих себя. Буддизм – это учение, которое предполагает помощь человеку в его стремлении вступить на путь саморазвития и самосознания. Необходимо настроиться и отстраниться от социального государства, чтобы вырваться из светской жизни, думать и размышлять о людях и вещах, к которым стремятся мирские люди, таким как власть, деньги и красота. Только путем отречения от мирских благ можно достигнуть очищения себя и усиления царства жизни. Именно такое мышление, ориентированное на людей, позволило буддизму выжить в течение тысяч лет, и оно было принято в Китае высшими должностными и гражданскими лицами. Буддизм отличается от других религий. Обычно считается, что религия – это способность верить и поклоняться сверхчеловеку, а также верить в сверхдержавы (Царствие Небесное). Будда же считает, что он всего лишь член человечества. Людям он обязан своим сознанием и достижениями. Люди и только люди могут стать буддами, каждый может стать им. Как считает Фу Йонг, буддизм – это «сильная система правил, которая подчеркивает ориентированные на людей дела и регулирует мысли и поведение людей» [26, с. 30].

Буддийская идеология – не просто буддийская доктрина, а своего рода отношение к людям у буддийских верующих. Такое отношение к жизни имеет большое положительное значение для формирования и совершенствования китайской корпоративной культуры с глубокими восточными культурными традициями. Ниже приводятся интерпретации буддийских норм, имеющих положительное значение для корпоративной культуры [27].

– Сделайте общество процветающим, и люди будут жить в мире. Это положение буддизма направлено на облегчение страданий для нас самих и для других. Самоотречение буддизма нельзя понимать как стремление к личному освобождению от страданий или как социальную организацию. Предприятия должны рассматривать сильную сторону социальной миссии как свою конечную цель.

– Все должны быть равны. Буддийское учение не требует от людей быть абсолютно подчиненными определенной воле или власти. В буддизме нет творений и творцов, нет руководства и руководителей. Отношения между буддистами и учениками – это отношения не между лидером и слушателем, а между человеком, который знает сначала, и человеком, который знает позже, учителем и учениками. Что касается корпоративной культуры, равенство для всех должно быть одним из ее основных правил, а сотрудников внутри компании следует поощрять быть равными.

– Отказаться от зла и быть добрым. «Не делай ничего плохого, делай все добрые дела» – это основное требование буддизма. Хотя у многих религий есть идея отказаться от зла и быть добрым, отказ буддизма от зла имеет уникальный характер. Для корпоративной культуры, следующей духу буддизма, отказ от зла имеет следующие значения: во-первых, характер сотрудников не является хорошим или плохим и нет разницы между добрым и злым (характером, человеком). Во-вторых, добро и зло могут быть преобразованы. В-третьих, сотрудники, нарушающие корпоративные правила и наносящие ущерб интересам компании, не верят в свою защиту. Пусть они допустят ошибку, даже если их идея хорошая, но реализуют они ее неправильно. Такие сотрудники должны быть наказаны или осуждены.

– Пропаганда истинной мудрости. Буддизм как религиозная доктрина стремится к конечной цели человека, но не является религией слепой веры. Буддизм подчеркивает мудрость самих людей, сущность через явление, звук истины и истину. Ценность мудрости корпоративной культуры, очевидно, не в ее «идеалистическом» утверждении, а в важности человеческой субъективной инициативы, в блокировании негативных вещей, пропаганде истины и в возможности контроля власти.

Чжу Юйпен и Да Мэн обращают внимание на то, что необходимо найти культурные основания китайской корпоративной культуры, так как любая корпоративная культура основана на традиционной культуре нации. Китайская корпоративная культура должна опираться на китайское культурное наследие. Традиционная китайская культура влияет на ценности и способы мышления китайского народа. Без традиционной культуры китайская национальная корпоративная культура не имеет источника своего развития [28, с. 102]. Корпоративные ценности многих китайских компаний складываются на основе ценностей традиционной культуры. Например, основной принцип работы компании по продаже лекарств «Тонг Рентаг» звучит «同修同德济世养生» –

«Будьте честны и искренни в отношениях с гостями (клиентами)». Основой принцип работы ресторана «Цюаньцзюйдэ», где подается утка, – «仁德至上» – «Честная и заслуживающая доверия, теплая и продуманная философия бизнеса для всех покупателей». Компьютерная компания «Цинхуа Тунфан» отстаивает принцип «自強不息，厚德載物» – «Единство и сотрудничество, строгая самодисциплина, самоотверженная преданность делу». Все эти принципы, являясь моральными ценностями компаний, указывают путь развития компаний [29, с. 148].

Уникальной характеристикой любого предприятия является его духовная культура, которая относится к идеологии и культурной концепции предприятия, разрабатываемой в области производства и управления. По отношению к материальному, поведенческому и институциональному уровню корпоративной культуры духовный уровень – это более глубокая культура, которая лежит в основе всей системы корпоративной культуры. Духовный слой корпоративной культуры является своего рода духовным достижением и культурной концепцией, сформированной компанией в долгосрочном бизнес-процессе под влиянием определенной социально-политической и экономической среды, социальных и культурных традиций, иностранной культуры и других факторов. Этот слой используется для руководства предприятиями. Как правило, духовная культура отражает принципы предпринимательства, корпоративную этику, корпоративные ценности, корпоративные цели и кодексы поведения. Дин Сяочжи подчеркивает, что концентрированное выражение корпоративного группового сознания воплощено в различных поведенческих нормах, групповой осведомленности и ценностях производственной и управленческой деятельности [30, с. 37].

Исторический путь китайской традиционной культуры насчитывает 5000 лет и продолжает оставаться ценностью китайского народа. Чтобы понять культурную модель корпоративной культуры с китайской спецификой, следует признать традиционную культуру важным фактором и важным компонентом корпоративной культуры. Если предприятие сможет полностью усвоить предыдущий исторический культурный опыт и сочетать его с современными требованиями и творческим использованием, его корпоративная культура будет формироваться, опираясь на инноватику, освоит дух сотрудничества и гармонии, что поможет предприятию выстоять в ожесточенной рыночной конкуренции.

Корпоративная культура – это душа предприятия и неисчерпаемая движущая сила для его развития.

Ссылки:

1. Арташкина Т.А., Ван Ифэй. Корпоративная культура по-китайски // Профессиональное образование в современном мире. 2018. Т. 8, № 3. С. 1972–1980.
2. Цзя Хуэйминь. Традиционная китайская культура в период реформ и открытости: 1980–2010 гг. : дис. ... канд. культурологии. Владивосток, 2017. 303 с.
3. Там же. С. 99.
4. 君羊. 传统与传统文化 // 衡阳师范学院学报. 1992 年. 第 2 期. 第 53 页 = Цзюнь Ян. Традиция и традиционная культура // Журнал Шэньянского педагогического университета. 1992. № 2. С. 53.
5. 诸子百家 // 百度百科 = Сто философов [Электронный ресурс] // Энциклопедия Baidu. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E8%AF%B8%E5%AD%90%E7%99%BE%E5%AE%B6/16808?fr=aladdin> (дата обращения: 04.08.2018).
6. Кобзев А.И. Философия и духовная культура Китая // Духовная культура Китая : энциклопедия : в 5 т. Т. 1: Философия / ред. М.Л. Титаренко, А.И. Кобзев, А.Е. Лукьянов. М., 2006. С. 44–55.
7. 刘立祥. 儒释道文化三论 // 唯实. 2012 年 第 10 月. 第 58–63 页 = Лю Лисянь. Три учения: конфуцианство, буддизм и даосизм // Реализм. 2012. Октябрь. С. 58–63.
8. Васильев Л.С. Культы, религии, традиции в Китае [Электронный ресурс] // ВикиЧтение. URL: <https://history.wikireading.ru/334413> (дата обращения: 04.09.2018).
9. Лю Лисянь. Указ. соч. С. 58.
10. Там же. С. 59.
11. Васильев Л.С. Указ. соч.
12. 陈春花, 曹洲涛, 李洁芳. 企业文化. 机械工业出版社 2013 年 10 月. 305 页 = Чэнь Чуньхуа, Цао Чжутао, Ли Цифан. Корпоративная культура. Изд-во «Машиностроение», 2013. 305 с.
13. 孙煜. 儒商精神与企业文化 // 商业时代. 2006 年 7 月. 第 86–87 页 = Сунь Вэй. Конфуцианство и корпоративная культура // Деловое время. 2006. Июль. С. 86–87.
14. Там же.
15. 范源媛. 儒商精神在现代企业文化中的价值 // 山东纺织经济. 2009 年 2 月. 第 57–59 页 = Фан Юаньюань. Ценность духа конфуцианских торговцев в современной корпоративной культуре // Экономика Шаньдунской текстильной промышленности. 2009. Февраль. С. 57–59.
16. Сунь Вэй. Указ. соч. С. 86.
17. Фан Юаньюань. Указ. соч. С. 57.
18. 程鹏·程承坪. 儒商文化与现代企业精神 // 决策探索 (下半月). 2015 年 1 期. 第 53 页 = Ченг Пэн, Чэн Чэнпинг. Бизнес по-конфуциански и современный корпоративный дух // Принятие решений (вторая половина месяца). 2015. Вып. 1. С. 53.
19. Сунь Вэй. Указ. соч. С. 86.
20. Там же. С. 87.
21. Фан Юаньюань. Указ. соч. С. 58.

22. Там же. С. 59.
23. Лао-цзы. Дао Дэ Дзин. Книга о пути и силе / пер. А. Кувшинова. 4-е изд., перераб. и доп. М., 2001. 169 с.
24. Там же.
25. 李俊杰. 道家文化与企业竞争战略 // 北方经济. 2012年第1期. 第40–41页 = Ли Юньцзе. Таоистская культура и конкурентная стратегия предприятия // Северная экономика. 2012. № 1. С. 40–41.
26. 付勇. 佛教精神与企业文化 // 经济时刊. 2001年2月. 第30–32页 = Фу Йонг. Буддизм и корпоративная культура // Журнал по экономике. 2001. Февраль. С. 30–32.
27. Там же.
28. 朱逸鹏·答蒙. 中国企业文化中民族精神因素 // 商情. 2012年44期. 102页 = Чжу Юйпен, Да Мэн. Национальные духовные факторы в корпоративной культуре Китая // Бизнес-журнал. 2012. Вып. 44. С. 102.
29. 郭扬·王玉莲. 中国传统文化在企业文化中的继承与发展 // 科技创业月刊. 2007年12月. 第148–149页 = Го Ян, Ван Юлиан. Наследие и развитие традиционной китайской культуры в корпоративной культуре // Технология предпринимательства. 2007. Декабрь. С. 148–149.
30. 丁孝智. 企业文化的多维审视. 新华出版社 2016年11月. 406页 = Дин Сяочжи. Многомерный анализ корпоративной культуры. Изд-во «Синьхуа», 2016. 406 с.

References:

- Artashkina, TA & Wang Yifei 2018, 'Chinese Corporate Culture', *Professional'noye obrazovaniye v sovremennom mire*, vol. 8, no. 3, pp. 1972-1980, (in Russian).
- Chen Chunhua, Cao Zhutao & Li Jifang 2013, *Corporate Culture*, 305 p., (in Chinese).
- Cheng Peng & Cheng Changping 2015, 'Confucian Business and Modern Corporate Spirit', *Making Decision (Second Half of the Month)*, vol. 1, p. 53, (in Chinese).
- Ding Syaoshi 2016, *Multivariate Analysis of Corporate Culture*, 406 p., (in Chinese).
- Fang Yuanyuan 2009, 'The Value of the Spirit of Confucian Traders in Modern Corporate Culture', *Economy of the Shandong Textile Industry*, February, pp. 57-59, (in Chinese).
- Fu Yong 2001, 'Buddhism and Corporate Culture', *Journal of Economics*, February, pp. 30-32, (in Chinese).
- Go Yang & Wang Julian 2007, 'Heritage and Development of Traditional Chinese Culture in the Corporate Culture', *Entrepreneurial Technology*, December, pp. 148-149, (in Chinese).
- Jia Huimin 2017, *Traditional Chinese Culture in the Period of Reforms and Opening-up Policy: 1980-2010*, PhD thesis, Vladivostok, p. 99, (in Russian).
- Jun Yang 1992, 'Tradition and Traditional Culture', *Journal of Shenyang Pedagogical University*, no. 2, p. 53, (in Chinese).
- Kobzev, AI 2006, 'Philosophy and Spiritual Culture of China', in ML Titarenko, AI Kobzev & AE Lukyanov (eds.), *Dukhovnaya kul'tura Kitaya: entsiklopediya*, in 5 vols., vol. 1, Moscow, pp. 44-55, (in Russian).
- Kuvshinov, A (transl.) 2001, *Lao Tzu. Tao Te Ching: A Book About the Way and the Power of the Way*, Moscow, 169 p., (in Russian).
- Li Yunjie 2012, 'Taoist Culture and Competitive Strategy of the Enterprise', *Northern Economy*, no. 1, pp. 40-41, (in Chinese).
- Liu Lixian 2012, 'Three Teachings: Confucianism, Buddhism, and Taoism', *Realism*, October, pp. 58-63, (in Chinese).
- Sun Wei 2006, 'Confucianism and Corporate Culture', *Business time*, July, pp. 86-87, (in Chinese).
- 'The Hundred Schools of Thought' 2018, *Baidu Encyclopedia*, viewed 04 August 2018, <<https://baike.baidu.com/item/%E8%AF%B8%E5%AD%90%E7%99%BE%E5%AE%B6/16808?fr=aladdin>>, (in Chinese).
- Vasilyev, LS 2018, 'Cults, Religions, Traditions in China', *WikiReading*, viewed 04 September 2018, <<https://history.wikireading.ru/334413>>, (in Russian).
- Zhu Yupen & Da Man 2012, 'National Spiritual Factors in the Corporate Culture of China', *Business Journal*, vol. 44, p. 102, (in Chinese).