

УДК 341.222(470:510)(091)

DOI: 10.17150/2587-7445.2021.5(4).250-261

## Психолого-культурологический анализ отношения к предпринимательству в России и Китае



### Т.А. Терехова

Иркутский государственный университет; Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация



### Е.Л. Трофимова

Байкальский государственный университет; Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация



### Н.В. Терехова

Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье с позиции междисциплинарного подхода в контексте исторического, культурологического, психологического анализов рассмотрено отношение к предпринимательской деятельности и предпринимателям как социальной группе в обществе, что является одним из факторов формирования экономического самоопределения предпринимателей и в настоящее время. На формирование ценностей китайской и российской деловой культуры оказали влияние традиционные для этих стран религиозные воззрения. Теоретический анализ показал, что в китайской культуре отношение к предпринимательству носило более стабильный и положительный характер, основой предпринимательства выступает рациональность, прагматизм, соблюдение социальной иерархии. Для российской культуры скорее присуща противоречивость представлений, стереотип предпринимателя наделялся отрицательными качествами как в дореволюционное время, так в советский период, изменения в положительную сторону наметились в 2000-х гг. В статье обобщены полученные эмпирические данные о преобладающих оценочных суждениях в отношении таких экономических категорий как богатство, бедность, деньги, а также о сформировавшихся стереотипных образах предпринимателя. По мнению российских респондентов, доминирует позитивное и рациональное отношение к деньгам, однако наряду с положительными ассоциациями, ярко выражены и негативно окрашенные, такие как: зависимость, цинизм, конфликт, безысходность, экономия, нужда, ссоры, кризис и др. С точки зрения китайских респондентов деньги и богатство — это ценности, от которых зависят статус и уважение в обществе, они связаны с благородством и гуманностью. По оценкам русских и китайских респондентов стереотип современного предпринимателя характеризуются следующими качествами: уважительные к людям, коммуникабельные, сотрудничающие, критичные, избирательные, скорее независимые, серьезные, интеллектуальные.

**Ключевые слова.** Предпринимательство, предприниматели, предпринимательская культура, богатство, деньги.

**Финансирование.** Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант «Этно-психологические характеристики экономического самоопределения российских и китайских предпринимателей в сфере малого бизнеса» проект № 19-013-00430 А.

Дата поступления:

16.11.2021

Дата принятия к печати:

14.12.2021

Дата онлайн-размещения:

30.12.2021

## 中俄创业态度的心理文化分析

### T.A. Terekhova

Иркутск State University;

Baikal State University

Irkutsk, Russian Federation

### E.L. Trofimova

Baikal State University;

Irkutsk State University

Irkutsk, Russian Federation

### N.V. Terekhova

Иркутск State University;

Irkutsk, Russian Federation

结稿日期: 2021年11月16日

出版日期: 2021年12月14日

网上出版日期: 2021年12月30日

**摘要:** 本文从多学科角度, 在历史、文化和心理分析对创业和企业家的态度, 就像是对社区群体的态度, 这成为了现代企业家自我经济评价的一项重要因素。中俄两国传统的宗教观念影响着中俄商业文化价值观的形成。理论分析表明, 中国文化中, 对创业的态度更多具有积极稳定的特征, 创业的基础是理性、务实、遵守社会等级。而在俄罗斯文化中, 在革命前和苏联时期, 企业家的思想是矛盾的, 企业家的形象是负面的, 而这种情况在21世纪开始向积极正面方向改变着。文章总结了与财富、贫困、金钱等经济类别相关的主流价值判断以及企业家刻板印象的经验数据。许多俄罗斯受访者对金钱有着积极理性的态度, 然而, 除了积极的观点, 消极的态度也很明显, 例如: 依赖、愤世嫉俗、冲突、绝望、节俭、需求、争吵、危机等。中国受访者看来, 社会地位和社会中是否受尊重取决于金钱和财富, 金钱和财富是价值, 与品德高尚和人性有关。俄中两国受访者评价现代企业家的刻板印象具有以下品质: 尊重他人、善于交际、合作、善于批判、善于选择、比较独立、认真、聪明。

**关键词:** 创业、企业家、创业文化、财富、金钱。

**资金来源:** 本文在俄罗斯基础研究基金会赞助下完成, 《俄罗斯和中国企业家在小企业领域经济自决的民族心理特征》奖励基金, 项目 № 19-013-00430 A。

## Psychological and Cultural Analysis of Attitude to Entrepreneurship in Russia and China

### T.A. Terekhova

Irkutsk State University;

Baikal State University,

Irkutsk, Russian Federation

### E.L. Trofimova

Baikal State University;

Irkutsk State University,

Irkutsk, Russian Federation

### N.V. Terekhova

Irkutsk State University,

Irkutsk, Russian Federation

Received: 2021 November 16

Accepted: 2021 December 14

Available online: 2021 December 30

**Abstract.** The article considers the attitude to entrepreneurial activity and entrepreneurs as a social group in society, which is one of the factors of formation of economic self-determination of entrepreneurs at the present time, from the position of interdisciplinary approach in the context of historical, cultural, psychological analyses. The values of Chinese and Russian business culture were influenced by traditional religious attitudes in these countries. Theoretical analysis showed that in Chinese culture the attitude to entrepreneurship was more stable and positive, the basis of entrepreneurship is rationality, pragmatism, compliance with social hierarchy. Incoherent images are rather inherent for the Russian culture; thus, the stereotype of the entrepreneur was endowed with negative qualities, both in pre-revolutionary times, and in the Soviet period, changes towards positive side emerged only in the 2000s. The article summarizes the empirical data on the prevailing value judgments regarding such economic categories as wealth, poverty, money, as well as the formed stereotypical images of the entrepreneur. According to Russian respondents, a positive and rational atti-

tude to money dominates, but along with positive associations, the negative ones are vividly expressed, such as: dependence, cynicism, conflict, hopelessness, retrenchment, need, quarrels, crisis, etc. From the Chinese respondents' point of view, money and wealth are values, on which status and credibility depend, and are associated with nobility and humanity. According to Russian and Chinese respondents, the stereotype of the modern entrepreneur is characterized by the following qualities: respectful for people, communicative, cooperative, critical thinking, selective, rather independent, serious, intelligent.

**Keywords.** Entrepreneurship, entrepreneurs, entrepreneurial culture, wealth, money.

**Funding.** This work was supported by the Russian Foundation for Basic Research, grant «Ethno-psychological characteristics of economic self-determination of Russian and Chinese entrepreneurs in small business», project no. 19-013-00430 A

### **Истоки формирования предпринимательской культуры в России и Китае**

Система ценностей во многом определяет своеобразие той или иной культуры, они выступают неким кодексом индивидуальной и общественной жизни, который регулирует экономические, политические взгляды, нравственные, мировоззренческие убеждения и устремления людей.

Предпринимательство в Древней Руси, как и в других странах, появилось и складывалось прежде всего в форме торгового обмена, а затем купечества [1, с. 15]. Понятия «торговец» и «продавец» появились значительно позже, в XIII и XIV вв. соответственно.

Торговали не только купцы, но и дворяне, и простые крестьяне и ремесленники могли предлагать свою продукцию на базарах, которые в небольших городах организовывались обычно один день в неделю, а в крупных могли функционировать ежедневно, а также на ярмарках, проводимых несколько раз в год во время праздников. Однако возможности крестьян ограничивались перечнем товаров, и чаще торговлей в розницу, а, чтобы официально получить права купца нужно было иметь не менее 300–500 р.

Известно и монастырское предпринимательство на Руси. Примером может служить торговая деятельность Троице-Сергиева монастыря, Кирилло-Белозерский монастырь торговал рыбой

и солью, что приносило немалый доход и позволяло расширять хозяйственную деятельность и земли монастырей, в целом, влиять на экономическое развитие регионов и страны. Однако, в дальнейшем этот вид предпринимательства был сведен к минимуму.

Противоречивое отношение в российском менталитете к таким категориям как: богатство, прибыль, деньги, связано с культурно-историческим контекстом экономической социализации торговцев-коммерсантов. Богатство и деньги, хотя и были желаемы, не являлись достоинством с нравственной (религиозной) позиции, также, как и бедность не рассматривалась как порок. Слова «бог» и «богатство» имеют один корень, в «богатстве, таким образом, отразилось отношение к собственности как дару богов, символу избранности и удачи» [2, с. 64]. А, следовательно, и ответ за полученное благо придется держать не только перед людьми, но и перед богом («Кому много дано, еще больше с него и спросится»). Зарабатывать богатство, деньги следовало «праведным трудом», так, например, заповеди, провозглашаемые в «Домострое», среди наказов были и призывы жить по средствам, помогать бедным, больным, находящимся в тюрьмах и монастырях, осуждалось ростовщичество, тщеславие. В понятие богатство заложены такие смыслы, как: «множество, обилие, изобилие, избыток, излишество, избыточность...» [3, с. 50–55].

Для русской культуры характерен «образ фатальности русской бедности, духовной предрасположенности к ней, по причине то ли презрения к личному богатству, то ли неспособности быть богатыми» [3, с. 51]. Бедность и нищета воспринимались с позиции «духовного спасения», милосердия, что нашло отражение как в русском фольклоре, пословицах, поговорках, так и художественной литературе (например, «Просит убогий, а подаешь Богу», «Бедность не порок, а несчастье») [4]. Бедным сочувствовали, помогать им было праведным делом, в русских сказках именно к бедным, простодушным приходит удача и истинное счастье, любовь.

В русском языке есть близкое к богатству слово — достаток. Богатство не имеет четко определенных границ, они относительны и даже субъективны, «богатство может пониматься двойственно, в диапазоне от достаточности до зажиточности, где есть необходимая составляющая жизни мера — достаточность, и превышающая её чрезмерность — зажиточность [3, с. 52]. Достаток трактуется как: 1 — богатство, 2 — зажиточность, 3 — обилие, 4 — довольство, 5 — наличие имущества, 6 — материальные средства, 7 — материальное благосостояние, 8 — отсутствие нужды, 9 — доходы, 10 — земля, 11 — деньги, 12 — собственность.

С.Г. Гусева считает, что «понятие достатка имеет этическое значение умеренности, противостоящее избытку и недостатку. Часто богатство употребляют как синоним достатка, но это допустимо лишь в случае указания на отсутствие недостатка материальных средств. Богатство — это то, что сверх меры, излишество, когда чего-то очень много, что не совпадает с понятием достаток, который все-таки является границей избытка и недостатка. Кроме того, природа богатства не труд и хозяйствование, а другие источники дохода» [2, с. 25–26]. Достаток, как и богатство и деньги являются экономическими понятиями, но одновременно, являются и категориями и психологического, этического, нравственного смыслов. Признаками достатка являются: «счастье, комфорт, довольство, обеспеченность, зажиточность, благосостояние, состоятельность, благополучие» [там же]. Понятие достатка уже не находится в зоне отрицательной коннотации, наоборот, достаток скорее связывается с трудолюбием, рачительностью, бережливостью, хозяйственностью, к нему необходимо стремиться.

Деньги, денежные отношения, денежное поведение также рассматриваются в контексте

экономических отношений, являются показателем экономического развития.

Но, в российском менталитете, в отношении к деньгам в большей степени все же выражены неакзигитивные мотивы, стремление к накопительству, скопидомство не одобрялось, высмеивалось.

В русских пословицах и поговорках, деньги трактуются часто либо «как зло, либо просто называют на их недостаточность для счастья и уважения людей» [5, с. 108]. Например: «Не в деньгах счастье», «Не имей сто рублей, а имей 100 друзей». Осуждаются жадность и завистливость, звучит ирония и даже сарказм: «Денежка — молитва, что острая бритва (т.е. все грехи сбреет). Денежка дорожку прокладывает. При деньгах Панфил всем людям мил; без денег Панфил никому не мил. Родись, крестись, женись, умирай, за все денежки подай» [там же, с. 102–117].

«Деньги рассматривались как инструмент испытания и направления воли. Труд не служил накопительству, а существовал для очищения души и тела» [6, с. 50].

Рассматривая социально-экономические условия становления китайского предпринимательства, остановимся на сложившихся культурно-исторических условиях формирования экономической социализации в Древнем Китае. Торговля являлась и является одним из основных секторов экономики Китая.

Н.В. Терехова в статье «Стратегии достижения богатства в Древнем Китае», опираясь на «Исторические записки» 史记 (109–91 гг. до н.э.) древнекитайского историка, литератора, мыслителя эпохи Хань Сыма Цяня 司马迁 (145–86 гг. до н.э.), на основе повествований о социально-экономической ситуации в стране и ее оценок выделила экономические стратегии достижения богатства в Древнем Китае [7]:

**1. Смекалка, ловкость, умелость 巧.** Бедность или богатство — это не то, что может быть дано или отнято, ибо искусные всегда имеют прибыль, а неумелым всегда недостаёт. 贫富之道, 莫之夺予, 而巧者有馀, 拙者不足.

**2. Маневр 奇胜, целеустремленность 诚壹.** Однако тот, кто [хочет] достичь богатства, непременно использует для успеха оригинальные приёмы. 夫纤啬筋力, 治生之正道也, 而富者必用奇胜.

**3. Баланс спроса и предложения, управление товарами 物之理.** Если [знать, в чём у людей] потребности, то можно понять, что им понадобится. Когда это выяснено, можно понять, какие из множества товаров необходимы.

**4. Изучение ценообразования.** Если следить за избытком или недостатком [товаров], то можно понять, насколько низка или высока [их цена]. Если цена повысилась до предела, она [непрерывно] упадёт; если упала до предела — начнёт расти. [Вот почему] дорогое [может] стать мусором, а дешёвое — сравниться с жемчугом и яшмой. 论其有馀不足, 则知贵贱。贵上极则反贱, 贱下极则反贵。贵出如粪土, 贱取如珠玉.

**5. Оборот денег** 财币行. Деньги должны обращаться, как [свободно] текущая вода» 财币欲其行如流水.

**6. Отбор людей** 择人 и использование времени 任时. Если человек умеет добывать средства к существованию 治生, значит, он умеет отбирать людей и использовать время. 善治生者, 能择人而.

**7. Отложенная прибыль. Долгосрочный анализ спроса.** Не стремиться к максимальной прибыли в настоящем, а спокойно наблюдать за экономической ситуацией.

**8. Осторожное отношение к нововведениям.** Следование любым новшествам он [Бо Гуй] приравнивал к поведению диких зверей и хищных птиц. 能薄饮食, 忍嗜欲, 节衣服, 与用事僮仆同苦乐, 趋时若猛兽挚鸟之发.

**9. Дружба с властью.** У-ши Ло разводил скот, и, [когда поголовье] увеличивалось, он [часть] продавал и приобретал дикие изделия из шёлка, которые подносил правителю жунов, преследуя вполне корыстные цели. [И тот] отдавал его в десятикратном размере, присылая скот: табуны коней и стада коров. 乌氏僦牧, 及众, 斥卖, 求奇缯物, 闲献遗戎王。戎王什倍其偿, 与之畜, 畜至用谷量马牛.

**10. На дальние расстояния не торговать.** «Далее чем за сто ли дрова не продают, далее чем за тысячу ли зерно не продают». 百里不贩樵, 千里不贩采.

**11. Дела — прежде всего.** Пока не кончены общие дела, не пить вина и не есть мяса. 公事不毕则身不得饮酒食肉.

**12. Мудрость** 智, смелость 勇, человеколюбие 仁, твердость 强. Тот, кому недостаёт мудрости приспособиться к обстоятельствам, смелости принимать решения, человеколюбия, чтобы взыскивать и одаривать, сил, чтобы требовать, то, даже пожелай он изучить моё искусство [ведения дел], его никогда не научишь». 是故其智不足与权变, 勇不足以决断, 仁不能以取予, 强不能有所守, 虽欲学吾术, 终不告之矣.

**13. Приобретать дорогое и лучшее** 取贵善. Другие люди, которые обрабатывали поля и выращивали скот, боролись за дешёвые товары, и

только род Жэнь старался приобрести дорогое и самое лучшее. [Этот род] был богат в течение нескольких поколений. 田畜人争取贱贾, 任氏独取贵善。富者数世.

**14. Пользоваться товарами своего производства.** Однако Жэнь Гун установил в семье правило: не использовать для еды и одежды то, что не было произведено на своих полях и фермах 然任公家约, 非田畜所出弗衣食 《。。。》.

**15. Законность, защита своих интересов, мера.** Отказавшись от несправедного пути ведения дел, они использовали любую возможность для получения прибыли и в результате добились богатства. Оно сделалось главным в их жизни, [они] защищали его во что бы то ни стало, [даже] с помощью оружия, [но, как правило], пользовались законом. Становясь богаче, знали меру, потому что были талантливы в своём деле. 皆非有爵邑奉禄弄法犯奸而富, 尽椎埋去就, 与时俯仰, 获其赢利, 以未致财, 用本守之, 以武一切, 用文持之, 变化有概, 故足术也.

**16. Бережливость, упорный труд** — это основной путь для добывания средств к существованию. [Бо Гуй] мог обходиться обычной едой и питьём, был сдержан в своих желаниях, скромно одевался, вместе с работавшими на него слугами и рабами делил и трудности, и радости. Богачи соперничали в роскоши и мотовстве, а род Жэнь, в отличие от них, обрабатывал поля и выращивал скот. 富人争奢侈, 而任氏折节为俭, 力田畜. [8–11].

Выделенные в результате анализа описанных Сыма Цянем биографий торговцев и коммерсантов, экономические стратегии достижения богатства можно представить в виде следующей комплексной классификации личностных качеств, умений и экономических инструментов:

– **личностные качества, указывающие на отношение коммерсантов Древнего Китая к делу:** смекалка, ловкость, умелость, маневренность в принятии решений, умение использовать время, терпение, осторожность, дальновидность мышления, целеустремленность, бережливость, трудолюбие, законность, защита своих интересов, мера, смелость в принятии решений, мудрость приспособиться к обстоятельствам; осторожное отношение к нововведениям;

– **личностные качества и умения, указывающие на отношение коммерсантов Древнего Китая к людям:** дружба с властью, умение осуществлять отбор людей для работы, человеколюбие (гуманность), чтобы взыскивать и одаривать, мудрость приспособиться к обстоятельствам, твердость, чтобы требовать;

– **актуальные экономические инструменты**: учет баланса спроса и предложения, изучение ценообразования, оборот денег, отложенная прибыль, долгосрочный анализ спроса, избегание торговли на дальние расстояния, стремление к приобретению дорогих и лучших товаров, преимущественное использование товаров своего производства [7].

### **Трансформация отношений к предпринимательству**

После Октябрьской революции Декрет о государственной монополии на торговлю был одним из первых. Однако крайне сложное экономическое положение в стране и даже его ухудшение привело к необходимости пересмотра экономической политики и разработки Новой экономической политики. Но уже в 1922 г. (Генеральным секретарём ЦК Партии стал И.В. Сталин) происходит изменение в сторону силовой государственной политики.

Отношение к богатству, достатку, деньгам претерпевает в советские времена определенные трансформации. По мнению С.Г. Гусевой «все живут в трудовом достатке, но смысл самого понятия был размыт и постепенно стирался» [2, с. 92].

Богатство, зажиточность, частная собственность стали негативными пережитками буржуазного прошлого, которые необходимо искоренять. Период 1950–1980 гг. характеризовался запретом предпринимательской деятельности в России, за незаконную предпринимательскую деятельность предусматривалось уголовное наказание. Незаконное (неофициальное) предпринимательство проявлялось в трех основных сферах: торговле (спекулянты), производстве («цеховики») и сфере услуг («шабашники», занятые частным извозом и др.). Получила развитие «теневая экономика» в условиях дефицита потребительских товаров и услуг,

В то же время естественное желание благополучия, в том числе и материального, стремление заработать, конечно, же сохранялись. Экономические трудности, дефицит и в довоенные и послевоенные времена заставляли россиян проявлять смекалку, бережливость, использовать вещи не только по прямому назначению, но включая практическую изобретательность давать им и вторую и даже последующие жизни. В условиях дефицита товаров, достаток был уже связан не только и не столько с деньгами, сколько с «полезными» социальными связями, которыми обладал человек. С 90-х гг. прошло-

го века появилась даже новая терминология: «живые деньги», «грязные деньги», «бабки», «зеленые», «деревянные» и пр. По данным исследований 2002 г., 83 % респондентов ответили, что, «по сравнению с советскими временами, деньги стали играть в жизни россиян гораздо более значительную роль», «53 % утверждали, что деньги — это главное в жизни» [5, с. 102–117].

Е.С. Ощепкова обращает внимание и на использование денег как компенсацию за недостаток заботы, любви, которые и подменяются на их денежный эквивалент, что, конечно, воспринимается как негативное социальное явление. «Существует понятие «откупиться», которое употребляется и для родителей, которые не имеют времени/сил/желания посвящать время своим детям, но покупают им все, что им хочется, дают много денег на карманные расходы, и для друзей, которые на праздник вместо тщательно выбранного подарка дарят деньги, и для выросших детей, которые ограничиваются материальной помощью родителям, не желая уделять им больше внимания» [там же].

Проводимые нами на протяжении 2019–2021 гг. на различных выборках исследования показали, что, существуют гендерные, возрастные, профессиональные особенности отношения к деньгам, значимости материальных ценностей.

Во многом отношение к деньгам зависит от сферы деятельности, в которой профессионально реализуется личность. У каждой профессии есть определенная специфика, которая будет так или иначе определять отношение к деньгам. Так, приоритетными ценностями-целями предпринимателей малого бизнеса являются материальная обеспеченность, преобладает позитивное и рациональное отношение к деньгам [12]. У студентов экономических специальностей также доминирует позитивное и рациональное отношение к деньгам (46,6 % данной выборки), на втором месте терапевтическая функция денег (34,8 %) [13].

Интересно было сопоставить данные с результатами, полученными на выборке студентов-психологов, поскольку в силу специфики профессиональной деятельности, исследователи предполагают, что у представителей соционических профессий внутренняя альтруистическая мотивация может вступать в конфликт с денежной [14]. По результатам нашего эмпирического исследования у студентов-психологов преобладает позитивное и рациональное отношение к деньгам (35 % респондентов), достаточно боль-

шая часть студентов испытывает негативные эмоции по отношению к деньгам (29 %). В представлении этих студентов существует взаимосвязь денег с несчастьем, с нечестным путем их получения. Они могут воспринимать деньги как средство влияния на людей, связанное с унижением, горем, неравенством. Вероятно, для них характерно презрение к деньгам, они считают деньги бесполезными или даже опасными, не стремятся обладать ими в большом количестве. Результаты по методике «Нравственная оценка денег» Е.И. Горбачевой и А.Б. Купрейченко показали, что у студентов-психологов 1–4 курсов преобладает в целом нейтральная оценка денег (среднее значение по курсам 5 баллов и выше). Деньги ассоциируются с понятиями «средство существования» — 58 % респондентов, «развлечения» — 41 %, «власть» — 33 %, «сила» — 21 % человек. В большей степени студенты-психологи ассоциируют деньги с понятием «средства существования». Меньше всего деньги связывают с таким понятием как «информация» — 17 %. Вероятно, это связано с тем, что в настоящее время информация стала доступной и не требует затрат.

На втором месте по выраженности стоит положительное отношение к деньгам (среднее значение — 4 балла и выше). Для этих студентов деньги связываются больше с такими понятиями как «комфорт» — 47 % студентов, «свобода» — 37 %, «развитие» — 36 %, «здоровье» — 34 % и т.д. Меньше всего студенты связывают деньги с понятиями «любовь» — 1 %, «правдивость», «терпимость» — 4 %, «справедливость», «принципиальность» — 5 %. Это означает, что эти психологические феномены и качества личности в представлениях студентов далеки от денег. Они считают, что любовь не зависит от денег, что справедливость и правдивость не может измеряться деньгами.

Наименее выражено отрицательное отношение к деньгам (средняя оценка в пределах 3), при котором деньги связывались с понятиями «зависимость», «цинизм», «конфликт» — 10 % человек по каждому понятию, «лживость» — 8 %, «нетерпимость» — 7 %, «несправедливость» — 7 %, «беспринципность», «безответственность» — 5 %. То есть для студентов деньги не несут негативного смысла, который был бы связан с отрицательными чертами личности человека, который владеет деньгами, а также с зависимостью, конфликтом и несправедливостью [15].

В исследовании гендерных особенностей отношения к деньгам было установлено, что молодые мужчины (до 30 лет) сильнее ожидают

улучшения своего материального положения в будущем, амбициозны. У четверти мужчин старше 30 лет имеется фиксация на деньгах, мотив экономии. У молодых женщин более выражено негативное отношение к деньгам и повышенное напряжение из-за денег. Женщины старше 30 лет имеют меньше напряжения относительно уровня удовлетворенности своим материальным положением в будущем. Мужчины старше 30 лет, чем больше денег имеют, тем больше их хотят. Наибольшее удовольствие от покупок и траты денег чаще получают феминные личности, независимо от того, каков их физиологический пол [16].

Данные ассоциативного эксперимента на стимулы «богатство», «достаток», «деньги» (случайная выборка — жители и гости г. Иркутска) подтвердили, что наиболее противоречивым остается отношение именно к деньгам, и наряду с положительными ассоциациями: влияние, труд, работа, богатство, счастье, роскошь, зафиксировано и большое количество отрицательно окрашенных: безысходность, экономия, нужда, ссоры, кризис, кредит, инфляция, зло. Богатство отождествляется с такими понятиями как: деньги, недвижимость, золото, власть, успех, возможности, комфорт, карьера, независимость, редко, но все же в 7–8 % ответов присутствуют ассоциации здоровье и семья. В качестве негативных в основном указываются черты характера: тщеславие, жадность, скупость, лицемерие. Стимул «достаток», как оказалось, не имеет отрицательных ассоциативных связей, только положительные: благополучие, свобода, уверенность, спокойствие, качество, комфорт, удобство, работа, заработок, собственность.

Трансформация китайского общества происходит через репрезентацию происходящих социально-экономических явлений в культуре. Предпринимательство рассматривается современными учеными, с одной стороны, как социокультурный феномен, а, с другой, как хозяйственная деятельность. Исследуются социально-психологические факторы деловой активности предпринимателей и взаимоотношений в предпринимательской среде [17].

Рассмотрим китайскую предпринимательскую культуру как показатель присутствия культуры в сфере бизнеса, включенный в специфический вид общей культуры.

О.Р. Очиров считает, что «предпринимательская культура Китая представляется как социально-историческая среда обитания, жизнедеятельности и воспроизводства китайского этноса

в сфере экономических и деловых взаимоотношений со своей системой духовных и материальных ценностей» [18, с. 103].

На формирование ценностей китайской деловой культуры «价值体系» — «jiazhi tixi» — «цзячжи тиси» оказало влияние конфуцианство, даосизм, буддизм, а также весь сложный комплекс китайских синкретических религий.

В китайской предпринимательской культуре важнейшей ценностью является «利润» — «lirun» — «лижунь» — «прибыль», производное слово от «利» — «li» — «ли» — «выгода».

Контент-анализ оригинальных текстов и эмпирических данных позволил выделить две важнейшие ценности китайской предпринимательской культуры — прагматизм «实用性» shiyongxing (шиюнсин) и рациональность «合理性» helixing (хэлисин). М. Вебер видел в предпринимательской деятельности воплощение данных качеств. Под рациональностью он понимал функциональную эффективность и получение максимальной выгоды от вложенных средств и приложенных усилий [19; 20].

Конфуцианские ценности, формирующие стержень и профиль предпринимательской культуры Китая: «仁» — «ren» — «жэнь» (гуманность, благожелательность); «和气» «he qi» «хэ ци» — благожелательность («和气生财» — «хэ ци шэн цай» — «he qi sheng cai» — благожелательность ведет к процветанию), «禮» — «li» — «ли» (ритуал), «義» — «yi» — «и» (долг, справедливость), «利» — «li» — «ли» (выгода), «順» «шунь» (покорность, послушание), «孝悌» «сяо ти» (сыновняя почтительность, благочестие, уважение и почитание старших), «信» (синь) «верность, доверие, преданность, великодушие». Китайская предпринимательская культура достаточно строго следует им. Таким образом, в китайской культуре, в том числе и деловой, четко соблюдается вертикальная иерархия, что по их убеждениям и является основой порядка и стабильности.

Традиции религиозного синкретизма с главенствующей ролью конфуцианства, способствуют более мягкому взаимодействию китайских ценностей с западными [21]. Возможно, это объясняется тем, что они базируются на идеалах усердия, бережливости, аскетизма, сдержанности, самоконтроля, толерантности и взаимного уважения, что приводит к адаптации западных ценностей, проявляющейся в их «китаизации». Труд и самоограничение, осуждение бессмысленной траты денег и времени остаются основными культурными ценностями и приоритетами в предпринимательской куль-

туре, способствуя мобилизации рабочего ресурса на решение задач ускоренного экономического развития.

В основе деловой этики предпринимателя лежит категория «禮» — «li» — «ли» (ритуал). Это конфуцианское понятие «стало символом ритуализированной этики, превратилось в универсальную норму, наиболее общую характеристику правильного поведения человека» [22, с. 89]. Главное в китайской предпринимательской культуре это соблюдение социальной иерархии, служебной субординации: уважение возраста, власть богатства, повиновение и покорность начальству, избегание конфронтации на работе и переговорах. Китайцы ценят время, однако они не завершат встречу, пока, по их мнению, не будет достигнут тот уровень взаимного доверия, от которого зависит успех сделки. «Поскольку каждая деловая культура динамично существует в культурном времени и пространстве, то возникает необходимость сохранения ее внутренней самостождественности, воспроизводства и транслирования ценностных знаний. С этой целью китайская традиция формирует целенаправленный организованный процесс перевода ценностных знаний в индивидуальную форму существования, когда внешнее (объективное) становится содержанием внутреннего (субъективного)» [18, с. 104].

Развитие предпринимательства в социалистическом Китае началось раньше, чем в России, но также было вызвано объективной необходимостью. Связь КПК с национальным бизнесом обосновывалась апелляцией к патриотизму китайских предпринимателей, провозглашением надклассовой, общенациональной общности. Прерывание национальных предпринимательских традиций тоже наблюдалось особенно в годы «культурной революции». Однако относительно короткая продолжительность периода прерывания предпринимательских традиций позволила сохранить предпринимательский потенциал.

### **Стереотип российского и китайского предпринимателя**

Формирующийся стереотип предпринимателя в художественной литературе и общественном мнении, как в дореволюционной России, так и в советское время скорее смещался в сторону отрицательного полюса. После завершения периода НЭПа идеологические установки были направлены на воспитание позиций,

связанных с неприемлемостью предпринимательства в советском обществе, эксплуатацией, обманом, спекуляцией, безнравственностью. Возрождение предпринимательства в конце 90-х гг. тоже наткнулось на общественное неодобрение, образ предпринимателя сохранил свою противоречивость, им часто приписывали «шальные» деньги, несправедливое обогащение («честным трудом не заработать»), мошенничество. В настоящее время наблюдается сдвиг в сторону положительной коннотации, у старшего поколения (пенсионеры) выросли дети, которые находятся в статусе предпринимателей, увеличилось количество предпринимателей среди молодежи и взрослых периода зрелости.

Анализ данных эмпирического исследования показал, что русские предприниматели, сравнивая предпринимателя — «типичного» представителя русской национальности и «типичного русского», образ предпринимателя оценивают более положительно, расхождения выявлены по 28 % позиций, т.е. степень идентификации с социальной группой предпринимателей теснее, чем с национальной группой. В ответах китайских респондентов стереотипы «типичного китайца» и предпринимателя — «типичного представителя китайской национальности» очень близки, расхождения встречаются только по 12 % оцениваемых позиций, образ «типичного китайца» представлен почти исключительно положительными характеристиками, что дает возможность предполагать о более тесной идентификации в первую очередь с китайским народом, а уже затем с профессиональными группами.

Неожиданным оказался тот факт, что автостереотип русского предпринимателя наделен большим количеством отрицательных характеристик, а гетеростереотип предпринимателя — «типичного представителя китайской национальности» более идеализирован. Китайские

предприниматели дают схожие оценки по большинству позиций предпринимателям русской и китайской национальностей, достоверно различия в оценках выявлены только по одной позиции: более гибкими считают китайских предпринимателей, на уровне тенденции наблюдается незначительное смещение в сторону положительного полюса в автостереотипе.

Обозначились общие характеристики по оценкам русских и китайских респондентов присутствующие предпринимателям: уважительные к людям, коммуникабельные, сотрудничающие, критичные, избирательные, скорее независимые, серьезные, интеллектуальные [23; 24].

## Выводы

Таким образом, в русском и российском менталитете отношение к предпринимателям и предпринимательству неоднозначное, причем, неоднозначность сохраняется и в постсоветское время и наряду с негативными оценками присутствует и позитивный образ, а в условиях ограничений в связи с пандемией проявляется и сочувствие к сложной, ненормированной, рискованной, но необходимой деятельности. Полярно относятся к богатству и деньгам, с одной стороны, к ним стремятся, с другой, приписывают негативные характеристики, у самих предпринимателей преобладает позитивное и рациональное отношение к деньгам. Однозначно положительное отношение сохраняется к достатку.

Что касается китайской предпринимательской культуры, то она, с одной стороны, подверглась деформирующему воздействию инокультурных влияний, а с другой — смогла создать уникальный опыт своей самобытной, социокультурной, ментальной системы, сохранив матричные знания китайской традиционной культуры.

## Список использованной литературы

1. Верещагин А.С. История российского предпринимательства: от истоков до начала XX века / А.С. Верещагин, Р.Х. Хайрtdинов. — Уфа : Изд-во УГНТУ, 2009. — 245 с.
2. Гусева С.Г. Социокультурный образ достатка в русском национальном сознании : монография / С.Г. Гусева. — Нижний Новгород : Изд-во ННГАСУ, 2017. — 167 с.
3. Цветкова Г.А. Богатство в контексте русской культуры: к постановке проблемы / Г.А. Цветкова // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. — 2014. — № 29. — С. 50–55.
4. Сгибнева Н.Ф. Нищета как духовное спасение и социальная драма в древне-русской литературе : автореф. дис. . канд. филол. наук : 10.01.01 / Н.Ф. Сгибнева. — Екатеринбург, 2007. — 20 с.
5. Ощепкова Е.С. Ценности «богатство» и «бедность» в языковом сознании русских / Е.С. Ощепкова // Вопросы психолингвистики. — 2014. — № 22. — С. 102–117.

6. Васильева И.А. Отношение к деньгам в российской культурной традиции / И.А. Васильева // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. — 2018. — № 32. — С. 5–15.
7. Терехова Н.В. Стратегии достижения богатства в традиционном Китае / Н.В. Терехова, Т.А. Терехова, Т.Г. Озерникова // IV Готлибовские чтения: Востоковедение и регионоведение Азиатско-Тихоокеанского региона в контексте трансдисциплинарного знания : материалы междунар. науч. конф. — Иркутск, 2020. — С. 173–181.
8. Лунь Юй. Суждения и беседы: Конфуцианское «Четверокнижие» («Сы шу») / Лунь Юй. — Москва : Вост. лит., 2004. — 431 с.
9. Сыма Цянь. Исторические записки: Ши цзи. В 9 т. / Сыма Цянь. — Москва : Вост. лит., 2010. — 623 с.
10. 司马迁. 史记 — URL: <https://ctext.org/shiji> (дата обращения: 12.09.2020).
11. 班固. 汉书. — URL: <https://ctext.org/han-shu> (дата обращения: 12.09.2020).
12. Терехова Т.А. Исследование ценностей предпринимателей разных социально-демографических групп / Т.А. Терехова, Е.Л. Трофимова, Г.П. Геранюшкина // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. — 2020. — Т. 33. — С. 69–88.
13. Трофимова Е.Л. Экономическое самоопределение студентов, ориентированных на предпринимательскую деятельность / Е.Л. Трофимова, А.С. Щербакова // Междисциплинарные ресурсы экономической психологии в формировании этнорегиональной идентичности и позитивного образа малой родины : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (27-30 июня 2019 г.). — Иркутск, 2019. — С. 405–413.
14. Кочетков Н.В. К вопросу об отношении к деньгам студентов-психологов / Н.В. Кочетков // Проблемы современного образования. — 2017. — № 3. — С. 33–38.
15. Глебец И.В. Взаимосвязь отношения к деньгам и показателей саморегуляции студентов-психологов / И.В. Глебец // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. — 2021. — Т. 18, № 4.
16. Малахаева С.К. Гендерные особенности отношения личности к деньгам / С.К. Малахаева // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. — 2021. — Т. 18, № 4.
17. Позняков В.П. Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности / В.П. Позняков — Москва : Изд-во ИП РАН, 2018. — 530 с.
18. Очиров О.Р. Деловая культура Китая / О.Р. Очиров // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Философия, культурология, социология, социальная работа. — 2009. — Вып. 4. — С. 101–105.
19. Вебер М. Избранное: протестантская этика и дух капитализма. Протестантские секты и дух капитализма / М. Вебер. — Москва : Прогресс, 1990. — 220 с.
20. Вебер М. Хозяйственная этика мировых религий. Социология религии / М. Вебер. — Москва : Юрист, 1994. — 702 с.
21. Васильев Л.С. Культы, религии, традиции в Китае / Л.С. Васильев. — Москва : Восточная литература, 2001. — 360 с.
22. Глущенко Е. В. Основы предпринимательства / Е.В. Глущенко, А.И. Капцов, Ю.В. Тихонравов. — Москва : Вестник, 1996. — 412 с.
23. Трофимова Е.Л. Сравнительный культурно-психологический анализ стереотипов российских и китайских предпринимателей / Е.Л. Трофимова, Н.В. Терехова // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. — 2021. — Т. 18, № 4.
24. Welter F. Exploring the role of trust in entrepreneurial activity / F. Welter, D. Smallbone *Entrepreneurship Theory and Practice*. — 2006. — Vol. 30, no. 4. — P. 465–475.

## References

1. Vereshchagin A.S., Khairtdinov R.Kh. *The History of Russian Entrepreneurship: From Its Origins to the Early Twentieth Century*. Ufa State Petroleum Technical University Publ., 2009. 245 p.
2. Guseva S.G. *The sociocultural image of wealth in Russian national consciousness*. Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering Publ., 2017. 167 p.
3. Tsvetkova G.A. Wealth in the context of Russian culture: on the problem. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv = Bulletin of Kemerovo state university of culture and art*, 2014, no. 29, pp. 50–55. (In Russian).
4. Sgibneva N.F. *Poverty as spiritual salvation and social drama in ancient Russian literature*. Cand. Diss. Thesis. Ekaterinburg, 2007. 20 p.
5. Oshchepkova E.S. Universal values «wealth» and «poverty» in the language consciousness. *Voprosy psikholingvistiki = Journal of Psycholinguistics*, 2014, no. 22, pp. 102–117. (In Russian).

6. Vasilyeva I.A. Money perception in russian culture. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie = Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*, 2018, no. 32, pp. 5–15. (In Russian).
7. Terekhova N., Terekhova T., Ozernikova T. The strategies of achieving wealth in traditional China. *IV Gottlieb Readings: Oriental and Asia-Pacific Regional Studies in the Scope of Transdisciplinary Knowledge. Materials of International Scientific Conference*. Irkutsk, 2020, pp. 173–181. (In Russian).
8. 倫宇. 判斷與對話：儒家“四書” (《四書》). (Russ. ed.: Lun' Yui. *Judgments and conversations: Confucian «Four books» («Sy shu»*). Moscow, Vostochnaya literature Publ., 2004. 431 p.).
9. 司馬遷. 史記：史記. (Russ. ed.: Sima Qian. *Historical Notes: Shi Ji*. Moscow, Vostochnaya literature Publ., 2010. 623 p.).
10. Sima Qian. *Historical Records*. Available at: <https://ctext.org/shiji>.
11. Ban Gu. *Han Shu*. Available at: <https://ctext.org/han-shu>.
12. Terekhova T.A., Trofimova E.L., Geranyushkina G.P. Values of entrepreneurs form various socio-demographic groups. *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Psikhologiya = The Bulletin of Irkutsk State University. Series: Psychology*, 2020, vol. 33, pp. 69–88. (In Russian).
13. Trofimova E.L., Shcherbakova A.S. Economic self-determination for students focused on entrepreneurship. *Interdisciplinary resources of economic psychology in the formation of ethnical and regional identity and a positive image of the lesser motherland. Materials of All-Russian Research Conference*, Irkutsk, 2019, pp. 405–413. (In Russian).
14. Kochetkov N.V. On the issue of the psychology students' attitude towards money. *Problemy sovremennogo obrazovaniya = Problems of Modern Education*, 2017, no. 3, pp. 33–38. (In Russian).
15. Glebets I.V. The relationship between attitudes towards money and indicators of self-regulation of student psychologists. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki na Dal'nem Vostoke = Social and Human Sciences in the Far East*, 2021, vol. 18, no. 4. (In Russian).
16. Malakhaeva S.K. Gender characteristics of an individual's relationship to money. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki na Dal'nem Vostoke = Social and Human Sciences in the Far East*, 2021, vol. 18, no. 4. (In Russian).
17. Poznyakov V.P. *Psychological relations of individual and group subjects of joint life activity*. Moscow, Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences Publ., 2018. 530 p.
18. Ochirov O.R. Business culture of China. *Uchenye zapiski Zabajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta. Se-rija: Filosofija, kul'turologija, sociologija, social'naja rabota = Scholarly Notes of Transbaikals State University. Series: Philosophy, cultural studies, sociology, social work*, 2009, iss. 4, pp. 101–105. (In Russian).
19. Weber M. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London & Boston, Unwin Hyman, 1930. 292 p. (Russ. ed.: Weber M. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Moscow, Progress Publ., 1990. 220 p.).
20. Weber M. *Economic ethics of the world religion*. London, Routledge, 1991. 657 p. (Russ. ed.: Weber M. *Economic ethics of world religions. Sociology of religion*. Moscow, Jurist Publ., 1994. 702 p.).
21. Vasiliev L.S. *Cults, religion, tradition in China*. Moscow, Vostochnaya literatura Publ., 2001. 360 p.
22. Glushhenko E.V., Kapcov A.I., Tihonravov Ju.V. *Fundamentals of Entrepreneurship*. Moscow, Vestnik, Publ., 1996. 412 p.
23. Trofimova E.L., Terekhova T.A. Comparative cultural and psychological analysis of stereotypes of Russian and Chinese entrepreneurs. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki na Dal'nem Vostoke = Social and Human Sciences in the Far East*, 2021, vol. 18, no. 4. (In Russian).
24. Welter F., Smallbone D. Exploring the role of trust in entrepreneurial activity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, vol. 30, no. 4, pp. 465–475.

### Информация об авторах

Терехова Татьяна Александровна — доктор психологических наук, профессор кафедры общей психологии, Иркутский государственный университет; главный научный сотрудник, научно-учебная лаборатория социальной и экономической психологии, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: terehovata@mail.ru.

Трофимова Елена Леонидовна — кандидат психологических наук, доцент, кафедра социологии и психологии, Байкальский государственный университет; доцент, базовая кафедра социальной, экстремальной и пенитенциарной психологии, Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: trofimova-bgy@mail.ru.

Терехова Наталья Владимировна — старший преподаватель, кафедра востоковедения и регионоведения АТР, факультет иностранных языков, Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: zabnata@yandex.ru.

## 作者信息

*Tatiana A. Terekhova* – 心理学博士，普通心理学系教授，伊尔库茨克国立大学；社会与经济心理学科学与教育实验室首席研究员，贝加尔国立大学，伊尔库茨克，俄罗斯联邦，邮箱: terehovata@mail.ru.

*Elena L. Trofimova* – 心理学副博士，社会学与心理学系副教授，贝加尔国立大学；极端和监狱心理学系副教授，伊尔库茨克国立大学，俄罗斯联邦，伊尔库茨克，邮箱: trofimova-bgy@mail.ru.

*Natalia V. Terekhova* – 高级讲师，亚太地区东方及区域研究系，外语学院，伊尔库茨克国立大学，伊尔库茨克，俄罗斯联邦，邮箱: zabnata@yandex.ru.

## Author

*Tatiana A. Terekhova* – D.Sc. in Psychology, Professor, Department of General Psychology, Irkutsk State University; Chief Research Fellow, Scientific and Educational Laboratory of Social and Economic Psychology, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: terehovata@mail.ru.

*Elena L. Trofimova* – PhD in Psychology, Associate Professor, Department of Sociology and Psychology, Baikal State University; Basic Department of Social, Emergency and Penitentiary Psychology, Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: trofimova-bgy@mail.ru.

*Natalia V. Terekhova* – Senior Lecturer, Department of Oriental Studies and Regional Studies of the Asia-Pacific Region, Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communication, Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation, email: zabnata@yandex.ru.

## Для цитирования

Терехова Т.А. Психолого-культурологический анализ отношения к предпринимательству в России и Китае / Т.А. Терехова, Е.Л. Трофимова, Н.В. Терехова. – DOI: 10.17150/2587-7445.2021.5(4).250-261 // Российско-китайские исследования. – 2021. – Т. 5, № 4. – С. 250–261.

## For Citation

Terekhova T.A., Trofimova E.L., Terekhova N.V. Psychological and Cultural Analysis of Attitude to Entrepreneurship in Russia and China. *Rossiisko-Kitaiskie Issledovaniya = Russian and Chinese Studies*, 2021, vol. 5, no. 3, pp. 250–261. DOI: 10.17150/2587-7445.2021.5(4).250-261. (In Russian).