

ГЕОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОСТРАНСТВА И КОДЫ КУЛЬТУР АЗИИ И АФРИКИ

УДК 94

Л. С. Веселова

РОЛЬ НЕФОРМАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ (ГУАНЬСИ) В СОЦИАЛЬНОЙ ЖИЗНИ КНР ПОСЛЕ 1949 года: ИСТОРИОГРАФИЯ ВОПРОСА

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

Статья посвящена историографии изучения феномена неформальных отношений (*гуаньси*) в китайском обществе. *Гуаньси* — это некий неформальный институт власти, который связывает людей на разных уровнях. Подобно «неписаным законам» *гуаньси* регулируют взаимоотношения между людьми в обществе и помогают решить различные виды вопросов во всех сферах жизни.

Данный вид связей играет большую роль в китайском обществе и регулирует разные отношения. На основании литературы на русском, английском и китайском языках автор постарался проследить историю и развитие взглядов на данный социальный феномен. Библиогр. 37 назв.

Ключевые слова: гуаньси, неформальные отношения, Китай, связи, культура.

THE ROLE OF INFORMAL RELATIONS (GUANXI) IN THE SOCIAL LIFE OF MAINLAND CHINA AFTER 1949: HISTORIOGRAPHY OF THE QUESTION

L. S. Veselova

St. Petersburg State University, 7/9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

The article is concerned with the historiography of study the phenomena of the informal relations (*guanxi*) in Chinese society. *Guanxi* is a kind of an informal institution of power that connects people at different levels, like the “unwritten laws” it regulates relations between people in society and helps to solve different kinds of problems in all spheres of life.

This kind of relations plays a very important role in the Chinese society and regulates different kinds of relationships. Based on literature on Russian, English and Chinese languages, the author proceeds to trace the history and development of views on these social phenomena. Refs 37.

Keywords: guanxi, informal relations, China, ties, culture.

На протяжении длительного периода истории социальные сети являлись универсальной характеристикой человеческого общества. В Китае существует пословица: «Важнее то, кого ты знаешь, а не то, что ты знаешь» (知人重于知物). Она полностью отражает концепцию неформальных отношений (*гуаньси*).

На русский язык термин *гуаньси* обычно переводится как «связи, взаимоотношения», в английском языке его считают синонимом «relations, connections», однако дан-

ные определения недостаточно отражают смысл этого слова. Термин *гуаньси* (关系) состоит из двух иероглифов: первый «гуань» (关) изначально означал «дверь», а второй «си» (系) — «связь, семья, происхождение». Если мыслить образно, то согласно этим определениям получается, что, пройдя дверь, вы можете быть «одним из нас». В Китае издавна наблюдается тенденция разделять людей на две категории: на тех, кому доверяют и на кого можно положиться, и на чужаков, которых стоит избегать.

Гуаньси — это некий неформальный институт власти, который связывает людей на разных уровнях. Подобно «неписаным законам» *гуаньси* регулируют взаимоотношения между людьми в обществе и помогают решить различные виды вопросов во всех сферах жизни.

Обычно выделяют 6 основ для создания данных неформальных связей:

- 1) локальность и диалект;
- 2) фиктивное родство;
- 3) родство;
- 4) место работы;
- 5) торговые ассоциации или общественные клубы;
- 6) дружба.

При наличии данных основ и правильного поведения для их развития, индивидуум может завести прочные неформальные связи, которые помогут ему в различных сферах жизни.

Понимая основы и принципы работы *гуаньси*, возможно по-новому рассмотреть различные исторические события, понять их скрытый смысл. Традиции, которые складываются в основы моделей ведения дел в Китае, отличны от моделей ведения бизнеса западными предпринимателями. Не проследив истоки основных традиций и обычаев, нельзя в полной мере понять образ мышления китайцев и выстроить благоприятные деловые отношения и успешный бизнес с ними.

Поскольку большинство работ по теме неформальных отношений носят прикладной характер и в них не рассматривается сам термин *гуаньси* и эволюция его значения, автор проанализировал различные англо-китайские словари с целью выявить разницу в значениях данного понятия в различные периоды истории Китая.

Несмотря на то что слово «гуаньси» стали употреблять еще столетие назад, оно не упоминается ни в одном из классических китайских словарей: ни в «Цы Юань» («Источник слов», изданный в 1915 г.), ни в «Цы Хай» («Море слов», опубликованный в 1936 г.) [1, p. 2]. Также данный термин отсутствует в словаре «Mandarin Chinese Dictionary» [2] и словаре «A dictionary of Early Zhou Chinese» [3].

Большинство словарей, таких как «Mathews' Chinese-English dictionary» [4], «Chinese-English Dictionary of Modern Communist Chinese Usage» [5], «Dictionary of Spoken Chinese» [6], «A Modern Chinese-English Dictionary for Students» [7], «Lin Yutang's Chinese-English Dictionary of modern usage» [8], «Times Chinese-English Dictionary» [9], «A concise Chinese-English dictionary» [10], «An everyday Chinese-English Dictionary» [11], дают определение *гуаньси* как «отношение, связи, значение, участие, влияние». В некоторых из них имеются дополнительные значения, такие как «членство, организационная принадлежность, аффе́кт, доверие».

В более поздних словарях, например в словаре «Zhongda Chinese-English dictionary» [12], не только дано определение термина *гуаньси*, но также имеются различные производные от него. Например, *гуаньсиху* (关系户) — связанные между собой

индивидуумы или группы, которые получают выгоду друг от друга. *Гуаньсиван* (关系网) — сеть социальных связей, систем взаимодействия индивидуумов или групп. Появление данных производных свидетельствует об увеличении роли неформальных отношений в китайском обществе.

Информация, приведенная выше, свидетельствует о том, что неформальные отношения всегда существовали в Китае и с течением времени претерпели незначительные изменения.

Автор в первую очередь постарался проанализировать литературу на китайском языке, поскольку предполагается, что, будучи включенными в данную культуру, китайские авторы имеют возможность наиболее полно и глубоко исследовать и анализировать данный феномен, однако столкнулся с проблемой: большинство китайских исследований дублируют ранее изданные работы на английском языке. Дело в том, что сама по себе социальная наука, в рамках которой в основном изучаются *гуаньси*, сформировалась в Китае сравнительно недавно.

Социология не существовала в КНР вплоть до конца Второй мировой войны. В начале XX в. в Китае наблюдался кризис правящей династии Цин, а также интенсивное вмешательство западных цивилизаций. Именно в это время для решения сложных социальных и политических проблем в Китае начали обращаться к новым источникам знания, к европейским доктринам. Возрос интерес к западным идеям и ценностям, начала зарождаться наука социология. «Прогрессивно настроенные деятели, видные китайские теоретики (Чжан Бинлин, Кан Ювэй, Лян Цичао, Янь Фу и др.) начали выступать за распространение социологии, экономики, педагогики и других знаний в стране, так как считали, что общественные знания станут теоретической основой реформы. Таким образом, социология в Китае возникла в результате заимствований западных социологических теорий на рубеже XIX–XX вв.» [13, с. 192–193].

Именно этим фактом объясняется то, что за 30 лет по теме *гуаньси* в китайской научной и публицистической литературе было сделано небольшое количество исследований. Более того, появление исследований по этой теме автоматически подтверждало бы наличие «связей» в Китае, а это старательно отрицается. К тому же это не самая «достойная» тема для исследования в КНР, поскольку затрагивает такие вопросы, как институт семьи и его разрушение в коммунистический период, религия и т. д.

Лишь в 1980 г. ведущий китайский антрополог, социолог и политический деятель Фэй Сяотун (1910–2005) основал Институт социологии при Китайской академии социальных наук (中国社会科学院社会学研究所). Фэй Сяотун стоит у истоков социологии и антропологии в Китае, он является автором большого количества трудов («*Peasant Life in China: A Field Study of Country Life in the Yangtze Valley*», «*Earthbound China; a study of rural economy in Yunnan*», «*China's gentry: essays in rural-urban relations with six life-histories of Chinese gentry families*» и др.). Одна из его книг под названием «Китайская деревня глазами этнографа» [14] была переведена на русский язык. В этой книге помимо системы потребления, производства и распределения в китайской деревне, автор описывает различные системы и степени родства, затрагивая таким образом тему *гуаньси* и давая возможное объяснение появлению данного феномена в социальной жизни Китая.

Данная работа интересна тем, что сам автор — этнический китаец, и все сведения, которые он приводит, взяты не из книг, а являются результатом «полевых ра-

бот». Автор посещал деревню трижды и в книге показал, какие изменения произошли в укладе ее жителей за 50-летний промежуток времени. Стоит отметить, что на китайском языке книга была опубликована только через 50 лет после ее написания.

Также большой вклад в изучение данного феномена внесла работа китайского автора Фу Ши «Гуаньси по-китайски» [15]. Книга Фу Ши была включена в список бестселлеров «New York Times», это первый китайский роман, удостоившийся такой чести. Фу Ши считает, что китайцы очень искусны в налаживании бизнес-связей, но не только китайцы пользуются связями. Они существуют и на западе, просто в Китае практика *гуаньси* глубже уходит корнями в историю. Приемы *гуаньси*, описанные в книге, призваны помочь неопытным людям разобраться в сложной и запутанной паутине связей, а также получить доступные экспертам знания.

По мнению Фу Ши, десять лет назад успех на 30% зависел от связей и на 70% — от таланта. Теперь же, если вы хотите добиться успеха, это соотношение нужно поменять местами: 70% зависит от связей и только 30% — от таланта [15].

Большая часть описанного в книге «Гуаньси по-китайски» основывается на жизненном опыте, а некоторые случаи, вероятно, произошли с самим автором. Автор считает, что в эпоху процветания материализма пока что не существует абсолютно правильного решения проблемы *гуаньси*. Только понимание того, как управлять отношениями, и использование для этого особых «навыков *гуаньси*» могут отнять у «мастеров социальных контактов» их преимущество перед людьми менее осведомленными и ввести новые порядки, сделав общественные связи более открытыми и прозрачными и таким образом добившись большей свободы, равенства и справедливости [15].

Более подробные сведения об этнопсихологии китайцев и основных составляющих *гуаньси* содержатся в книге Н. А. Спешнева «Китайцы. Особенности национальной психологии» [16]. Автор подробно описывает особенности психологии и менталитета китайцев, подробно рассказывает о таких понятиях, как *жэньцин*, *мяньцзы* и *гуаньси*. Книга наполнена различными примерами из жизни автора, что делает ее доступной для широкого круга читателей. Автор считает *гуаньси* неотъемлемой частью китайской культуры, которую необходимо изучать и понимать для плодотворного взаимодействия с китайцами.

Примечательна также статья Н. А. Спешнева «Южане и Северяне (к вопросу об этнопсихологии китайцев)» [17], в которой автор рассказывает, какое влияние оказывает географическая среда на формирование менталитета. Автор упоминает про разницу в диалектах и чертах характера, нравах, обычаях и привычках. Особое внимание автор уделяет разнице в характере женщин, проживающих на севере и юге Китая. Подводя итог автор пишет, что «при всей важности и значимости социально-исторических и культурологических факторов, особенностей этнического сознания при рассмотрении национальных отличий этнопсихологии китайцев никак нельзя обойти крупные ареалы и микрзоны» [17, с. 76–77].

Книга В. В. Бочарова «Неписанный закон: антропология права» [18] содержит обширную информацию по «правовому нигилизму». Автор объясняет, почему в повседневной жизни люди отказываются от государственного законодательства и начинают действовать согласно «неписаным законам». Книга представляет интерес для исследования феномена *гуаньси*, поскольку в ней дается объяснение того, как культ предков, существующий во многих странах Востока, влияет на самосознание людей. Ведь именно благодаря ему родственные объединения до сих пор играют ак-

тивную роль в социальной, а главное — в экономической жизни общества. Автор отдельно рассматривает традиционное право в конфуцианской Азии, подчеркивая, что «раннее конфуцианство негативно относится к писаным законам» [18, с. 338]. Автор также рассматривает трайбализм и непотизм, которые стали основой для неформальной экономики. Несмотря на то что о них даются лишь общие сведения, эти явления весьма показательны для современной китайской реальности.

Большой интерес представляет книга А. А. Маслова «Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения» [19], ориентированная на широкий круг читателей, а не только на специалистов и ученых. Несмотря на отсутствие теоретической части, данная работа содержит информацию для практического применения. Рекомендации и советы автора актуальны для использования при общении с китайцами.

Книга известного российского синолога В. В. Малявина «Китай управляемый. Старый добрый менеджмент» [20] посвящена исследованию стратегий управления в китайском обществе, а также изучению культуры и традиций Китая, которые, несомненно, повлияли на формирование китайского менеджмента. Основой для книги послужили лекции, которые автор читал студентам Центра корпоративного предпринимательства при Высшей школе экономики. Автор показывает, что китайский менеджмент формировался на протяжении всей истории Китая, а его стиль самобытен и не имеет повторений в других странах Дальнего Востока. Это подтверждает высокую релевантность исследований в области истории и культуры Китая и их высокую практическую значимость для различных групп: бизнесменов, политиков и т. д.

Также интересна статья российского востоковеда Н. М. Катковой [21], в которой автор рассказывает про характерные особенности китайской цивилизации, проявляющиеся в стратагемности мышления и поведения китайцев. Несмотря на то что понятие стратагемности зародилось еще в древние времена и стратагемы применялись во время военных действий или в дипломатии, современные китайцы используют их в повседневной жизни. В конце статьи автор приводит полный список из 36 стратагем на китайском языке, а также дает их перевод на русский.

Более прикладной характер носит книга специалиста В. А. Марченко «Как стать сунди» [22], которая посвящена китайской психологии и затрагивает различные аспекты *гуаньси*: «лицо», дарение подарков, соблюдение формальностей и т. д. Книга интересна в качестве практического пособия людям, имеющим экономические и деловые связи с Китаем. В доступной форме, иногда переходя на «сленг», автор объясняет, кто такой *сунди* (брат), как стать своим для китайцев и чего не стоит делать, работая и общаясь с китайцами. Книга наполнена примерами из жизни автора, который долгое время живет и работает в Китае и, не будучи востоковедом, тем не менее придает огромное значение китайской культуре и *гуаньси*.

В настоящее время большинство европейских авторов изучают то, как правильно использовать *гуаньси* для получения выгоды в бизнесе. Уже в 1970–1980-е годы ученые понимали важность *гуаньси* для установления успешных контактов с представителями восточной культуры. Открытость КНР, а также интерес к китайскому рынку вызвали появление большого количества публикаций, связанных с неформальными отношениями, при этом зачастую авторы данных работ не имели никакого отношения к востоковедению.

Статьи про *гуаньси* стали появляться в таких авторитетных изданиях, как «Current Anthropology», «The American Economic Review», «International Business

review», «International Journal of Research in Marketing», «Administrative Science Quarterly», «Organization Science», «American Journal of Sociology» и т. д. Как видно из названий, это журналы исторической, антропологической, социально-экономической и психологической направленности. Все это свидетельствует о междисциплинарной особенности изучения данного феномена: *гуаньси* можно рассматривать с разных сторон и с точки зрения разных наук, и каждая перспектива показывает различные аспекты этого сложного многосоставного феномена.

С точки зрения политических наук, *гуаньси* рассматривают в контексте коррупции, составной частью которой они являются в Китае. Психология изучает составные элементы феномена, такие как *мяньцзы* («лицо»), *синьжэнь* («доверие») и т. д. История определяет исторические корни данного явления, его трансформацию на протяжении длительного исторического периода. Этнография дает детальное описание особенностей этикета *гуаньси*. Обмен подарками, которые являются неотъемлемой частью неформальных связей, рассматривается антропологией как «культурная конструкция личности» (cultural construction of the personhood): индивидууму необходимо изучить правила взаимодействия с различными категориями людей посредством практик дарения подарков.

В западной литературе существует большое количество исследований, проведенных так называемыми *хуацяо*, этническими китайцами, уехавшими жить и работать за рубеж. С одной стороны, эти исследователи понимают значение изучения данного понятия, с другой — у них была возможность публиковать исследования по данной теме ввиду отсутствия цензуры со стороны государства и наличия интереса со стороны академического и бизнес сообщества.

Комплексное и многостороннее исследование вопроса *гуаньси* было проведено антропологом Ян Мэйхуэй в работе «Подарки, услуги и банкеты: искусство социальных отношений в китайском обществе» [23]. Автор дал подробное и полное описание феномена *гуаньси* и отдельных его аспектов. Особое внимание автор уделил процессу дарения подарков и правильному общению с китайскими бизнес-партнерами.

В книге «Объясняя гуаньси. Китайская бизнес-сеть» [24] китайский исследователь Со Инлунь и профессор Гонконгского университета Энтони Уолкер сделали попытку объяснить, что такое *гуаньси*. Они считают, что объяснение феномена *гуаньси* лежит в экономике, праве и культуре и необходимо разработать академический подход, который бы объединял различные части данных дисциплин в один анализ. В своей работе они постарались объяснить, почему и как *гуаньси* вышли на первое место и стали решающим фактором для ведения бизнеса в Китае и с китайцами.

В своей статье «Понимание гуаньси (связей) с точки зрения перспектив бизнес-лидеров» [25, р. 385–389] Чжу Юнься и Чжан Элли Мэнцзы отразили результаты опроса более чем 20 директоров китайских компаний из разных городов Китая. Вопросы были посвящены определению термина *гуаньси* и мнению опрошенных о том, как нужно строить партнерские отношения. В дополнении директоров попросили привести пример истории успеха, в которой решающую роль сыграли связи.

В статье «Гуаньси, подарки и знания из Китая: обзор эссе» [26, р. 560–561] Алан Сمارт сравнивает результаты различных исследований, проведенных в Китае по вопросу *гуаньси*.

Книга китайского автора Ян Юньсяна «Поток подарков, взаимная выгода и социальные сети в китайской деревне» [27] заслуживает особого внимания. Автор —

этнический китаец, он родился в Пекине, но в период Культурной революции его отец был объявлен «классовым врагом», и всей семье пришлось переехать в деревню в провинции Шаньдун. Таким образом, в 1966–1978 гг. вся семья жила в деревнях Северного Китая. В то время автору было всего 12 лет, и с этого момента он начал познавать и изучать новый окружающий его мир, который был наполнен традициями, связями и обменом подарками. Книга носит этнографический характер и подробно рассматривает такие вопросы, как обмен подарками, структура *гуаньси*, сила и престиж, социальные изменения в обществе и т. д.

Огромный интерес представляет монография «Социальные связи в Китае» [28] под редакцией Т. Голда, Д. Гутри, Д. Ванка. Это разветвленное социологическое исследование различных аспектов *гуаньси*: важности *гуаньси* в китайском обществе; условий, при которых они все еще работают в Китае; их роли в экономических реформах, предпринятых в КНР; того, как данный феномен рассматривают различные исследователи и т. д.

Как уже упоминалось ранее, феномен *гуаньси* может быть рассмотрен в контексте различных дисциплин. Монография «Контракт, *гуаньси* и решение спора в Китае» под редакцией Тахири В. Ли рассматривает *гуаньси* с точки зрения юриспруденции. Китайская правовая система — одна из старейших в мире, письменность появилась в Китае 3 000 лет назад, а практика кодированного законодательства и государственные суды датируются V в. до н.э. Еще в 200 г. до н.э. суды в Китае помогали людям составлять письменные контракты для займов или продажи товаров [29, р. VII–VIII].

Существует серия книг под названием «Китайское право. Социальные, политические, исторические и экономические перспективы» под редакцией Тахири В. Ли, которая состоит из 4 томов:

1. Основные концепции китайского права;
2. Закон, государство и общество в Китае;
3. Контракт, *гуаньси* и решение спора в Китае;
4. Иностранцы в китайской правовой системе.

Автор данной работы в своем исследовании рассматривает только третий том, поскольку в нем идет речь о неформальных связях и личных сетях. Ли пишет, что богатство и полнота социальных схем, ориентированных на семью, комбинированных с сетью семейных и индивидуальных *гуаньси*, и их неформальная природа сделали *гуаньси* потенциальным ресурсом силы вне официальных институтов власти. Они помогали обойти закон и бросали вызов официальному праву. Посредством *гуаньси* семьи и индивидуумы, не связанные кровным родством, взаимодействовали друг с другом для обхождения закона. Государственные чиновники участвовали в данной социальной схеме, а конфуцианская идеология была достаточно гибкой, чтобы они могли быть лояльными и к государственному праву и к личным взаимоотношениям [29, р. XIV].

Представляет интерес статья Томаса Голда «После товарищества: личные отношения в Китае начиная с Культурной революции» [30], в которой анализируются личные отношения в Китае в первые годы Культурной революции и период реформ. В основном автор описывает отношения в 1985 г., а также дает им социологическое объяснение. Автор считает, что после прихода к власти КПК в 1949 г. в Китае началось изменение социальных норм и поведения. Например, такое понятие, как «дружба» старались заменить «товариществом». Объяснялось это тем, что «друж-

ба» — это частный вид связи, где индивидуумы не являются равными: у них есть особые друзья, на которых они могут положиться и которым они могут доверять. «Товарищество» же — это универсальная мораль, при которой все граждане равны перед государством и такие вещи, как статус и приближенность, никак не меняют степень их равенности. Зачастую такая трансформация ценностей была достигнута государством путем запугивания. Например, частные беседы и распространение информации могли повлечь за собой суровые наказания со стороны КПК. К тому же трансформация экономики ухудшила материальное благосостояние людей, что привело к тому, что люди были зависимы и должны были работать вместе на благо модернизации страны. Благодаря этому процессу этика, поведение и задачи небольшой группы коммунистической элиты были навязаны всему населению Китая [30, р. 657–658].

Примечательна книга исследователей Роберта Бедери и Грегори Хуана «Гуаньси (искусство отношений): Майкрософт, Китай и план Билла Гейтса завоевать будущее» [31], в которой рассказывается о том, как американской компании с помощью адаптации к китайской культуре и обществу удалось занять прочную лидирующую позицию на китайском рынке. На примере развития отделения компании в Китае (Пекинского центра Майкрософт) авторы показали, как, применяя техники *гуаньси*, можно заручиться поддержкой чиновников, руководителей университетов и компаний. «В Китае правительственные лидеры контролируют практически все аспекты образования и воспитания граждан, не говоря уже о популярных медиа и потребительских рынках. Академическая среда и правительство связаны друг с другом более тесно, чем в США. Вот почему установление прочных отношений — искусство *гуаньси* — с чиновниками из сферы образования и академической сферы так важно в Китае. И именно поэтому исследования и связи с китайскими университетами имеют столь важное значение» [31, р. 21]. В книге приводится большое количество примеров того, как *гуаньси* важны в китайском обществе. Авторы подчеркивают, что на каждом этапе работы команды Майкрософт они применяли связи, и без них они бы не смогли добиться успеха. Один из ведущих инженеров Майкрософт в Китае Кайфу Ли говорил, что «в первые шесть месяцев мы не проводили настоящих исследований. Самая важная вещь, которую нам было необходимо сделать, это доказать нашу надежность» [31, р. 73].

В статье М. У. Пэна «Контролируя иностранного агента: как правительства сотрудничают с многонациональными компаниями (МНК) в переходной экономике» [32, р. 141–165] рассматривается проблема МНК в Китае. Автор исследовал 3 случая совместных предприятий в Китае, а именно компаний Beijing Jeep, Shanghai Volkswagen и Guangzhou Peugeot. Эти случаи интересны, так как китайским властям приходится вступать в диалог с МНК, а традиционные модели общения, принятые в Китае, в данном случае работают неэффективно. В статье описываются проблемы, с которыми сталкиваются иностранные компании, начиная бизнес в Китае, а также предлагаются оптимальные способы их решения.

Ценные сведения содержатся в статье Линя Лянхуна «Культурные и организационные предшественники *гуаньси*: китайские случаи» [33]. В своем исследовании автор использовал данные опроса, который он проводил в Пекине, Шанхае, Нанкине, Сиани и Тайбэе с августа по декабрь 2009 г. Опрос проводился среди менеджеров китайских фирм, которые работают более года. В опросе приняло участие 470 чело-

век: 49% мужчин и 51% женщин. На основании данных, полученных в ходе исследования, автор смог показать, что на Тайване роль *гуаньси* более существенна, чем на материковой части КНР. Линем были выдвинуты и подтверждены две гипотезы: о том, что конфуцианство положительно влияет на развитие *гуаньси*, что *гуаньси* зависят от организационного этического климата.

В большинстве европейских работ тема *гуаньси* рассматривается с точки зрения важности неформальных связей для бизнеса и для МНК. Например, в статье Фан Яна «Важность *гуаньси* для МНК в Китае» [34] приводятся все положительные и отрицательные стороны применения *гуаньси* в бизнесе, с упором именно на МНК. В статье приводятся примеры известных МНК, которые осуществляют деятельность в Китае. К положительным моментам использования *гуаньси* относится быстрое развитие бизнеса при наличии отношений с государственными чиновниками или видными китайскими бизнесменами. Недостатками же являются развитие коррупции и взяточничество.

В статье «Блат и *гуаньси*: неформальные практики в Китае и России» [35] А. Леденева сравнивает неформальные отношения в Китае и России. Она приходит к выводу, что данные виды связей во многом похожи и что люди в Китае, так же как и в СССР, использовали их для 4 типов нужд: регулярные нужды (продукты, одежда, хозяйственные товары и т. д.); нерегулярные нужды (санатории, билеты на транспорт и т. д.); нужды для жизненного цикла (поликлиники, детские сады, школы, похоронные службы и т. д.); нужды для других людей [35, р. 123]. Однако Леденева также отметит, что несмотря на всю схожесть, существуют и различия, главное из которых — это отношение к данным неформальным связям. В России слово «блат» имеет негативный смысл, в то время как в Китае *гуаньси* не несут отрицательного смысла и рассматриваются как преимущество.

Исследователи С. Михайлова и В. Уорм в статье «Личные связи в России и Китае: блат и *гуаньси*» [36] также предприняли попытку сравнить два вида неформальных отношений в двух разных странах. В ходе статьи они выявили три сходные черты, присущие обоим типам неформальных отношений:

1. *Социальный ресурс*. Неформальные связи существуют в скрытой форме не только в каких-то одних конкретных отношениях (в одной сети), но между различными сетями и членами этих сетей. Даже если эти неформальные отношения кажутся дуалистическими, на них все равно оказывают влияние внешние акторы. Поэтому они могут распространяться на людей, которые не знакомы напрямую между собой.

2. *Длительность отношений*. Только с помощью длительного общения возможно создать условия, в которых обе стороны будут предельно правильно понимать потребности и поведение друг друга, установить доверительные отношения и т. д. К тому же в России и Китае, в отличие от европейских стран, человек, который оказал услугу, не ждет немедленной ответной услуги. Китайцы и русские тратят огромное количество времени и сил на построение личных отношений, и эти старания могут оправдаться, только если это долгосрочные отношения.

3. *Сосуществование доверия и сотрудничества с властью и доминированием*. Блат и *гуаньси* основываются на эмоциональном доверии между людьми, например, на дружбе или родстве, причем эмоциональное доверие важнее, чем когнитивное. И в России, и в Китае более 50 лет правила коммунистическая партия, которая ставила себя выше закона. Законы и предписания всячески нарушались, поэтому люди

с недоверием относились к контрактам. Таким образом, когда закон не может защитить человека, самыми надежными являются межличностные отношения. Отличительной особенностью неформальных связей являются коллективные санкции по отношению к нарушителям, все члены сети должны знать о правонарушениях, для того чтобы коллективно осудить и изгнать нарушителя из сети. Таким образом, со временем из сети будут исключены люди, которые не соответствуют ее порядкам и условиям [36, p. 511–513].

Исследователи также выделили ключевые различия между *гуаньси* и личными связями на Западе. Например, в Китае наблюдается частое взаимодействие и обмен, в Европе зачастую связи одноразовые. В Китае применяют *гуаньси* даже на рабочем месте, поскольку они не являются чем-то запретным. В Европе применение связей — это «закулисный процесс», который происходит вне рабочего места. *Гуаньси* всегда личные, в Европе же часто применение связей происходит при участии посредника. [36, p. 510]. *Гуаньси* в Китае — это «мягкая сила», которая используется не только в повседневной жизни, но и на уровне публичной дипломатии. Эта тема подробно описана в статье С. В. Кривохиж [37].

Как видно из вышесказанного, в последнее время в журналах различной направленности появилось большое количество статей западных исследователей, посвященных *гуаньси*, это показывает, что интерес к данному вопросу велик и рассмотрение вопроса происходит на междисциплинарном уровне. Следует отметить, что западные исследователи имеют тенденцию рассматривать *гуаньси* с точки зрения их влияния на бизнес, трактуя их как некий аналог русского «блата» и коррупции. Однако для комплексного понимания данного феномена необходима разработка концептуального подхода, в котором рассмотрение *гуаньси* будет многоаспектным. Китайская культура и обычаи представляют особый интерес для исследователей-востоковедов, что обуславливает большую теоретическую значимость подобных исследований. В то же время нельзя отрицать интенсивную интеграцию китайской нации в глобальный международный бизнес, поэтому исследование *гуаньси* и их роли в построении делового взаимодействия также имеет важную практическую значимость.

Литература

1. Luo Yadong. Guanxi and Business. 2000. 342 p. (Asia-Pacific Business Series. Vol. 5)
2. Mandarin Chinese dictionary / by F.F. Wang. Seton Hall University Press, 1967. 798 p.
3. Schuessler A. A dictionary of Early Zhou Chinese. University of Hawaii Press, 1987. 876 p.
4. Mathews' Chinese-English dictionary. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1956. 1226 p.
5. Chinese-English Dictionary of Modern Communist Chinese Usage / U.S. Department of Commerce, National Bureau of Standards, Inst. for Applied Technology, 1966. 845 p.
6. Dictionary of spoken Chinese / comp. by the Staff of the Inst. of Far Eastern Languages. Yale University Press, 1966. 1071 p.
7. A modern Chinese-English Dictionary for students / by Huang C. C. Lawrance. Kansas: The University of Kansas, 1968. 648 p.
8. Lin Yutang's Chinese-English Dictionary of modern usage. The Chinese University of Hong Kong, 1972. 1720 p.
9. Times Chinese-English dictionary. Federal Publ. Singapore, 1980. 564 p.
10. A concise Chinese-English Dictionary. Beijing: The commercial press, 1982. 862 p.

11. An everyday Chinese-English Dictionary. New York: Hippocrene Books Inc., 1990. 881 p.
12. Zhongda Chinese-English Dictionary / ed. by D. Liang and J. Zheng. Chinese University Press, 1999. 1141 p.
13. Бурова С. Н. Социология брака и семьи: история, теоретические основы, персоналии. Минск, 2010. 455 с.
14. Фэй Сяотун. Китайская деревня глазами этнографа / пер. с кит., вступ. ст. В. М. Крюкова. М., 1989. 245 с.
15. 浮石. 中国式关系. 北京,金城出版社, 2011. [*Fu Shi. Zhongguoshi guanxi. Beijing, Jingcheng chubanshe, 2011.*] 228 с.
16. Спешнев Н. А. Китайцы: особенности национальной психологии. СПб.: Каро, 2011. 336 с.
17. Спешнев Н. А. Южане и северяне (к вопросу об этнопсихологии китайцев) // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 13. 2010. Вып. 2. С. 67–77.
18. Бочаров В. В. Неписанный закон: Антропология права. СПб.: Издательство РХГА, 2012. 383 с.
19. Маслов А. А. Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения. М.: Рипол Классик, 2010. 288 с.
20. Малявин В. В. Китай управляемый. Старый добрый менеджмент. М.: Европа, 2007. 304 с.
21. Каткова Н. М. Стратегичность мышления и поведения как характерная особенность китайской цивилизации // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 13. 2011. Вып. 2. С. 76–85.
22. Марченко В. А. Как стать сюнди. СПб.: Амфора, 2013. 448 p.
23. Yang M. H. Gifts, favors, and banquets: the art of social relationship in China. Ithaca: Cornell University Press, 1994. 278 p.
24. So Yinglun, A. Walker. Explaining guanxi: the Chinese business network. New York, 2006. 169 p.
25. Zhu Yunxia, Zhang Allee Mengzi. Understanding guanxi (connections) from business leaders' perspectives // Business Communication Quarterly. Sep. 2007. Vol. 70. Issue 3. P. 385–389.
26. Smart A. Guanxi, gifts, and Learning from China: a review essay // Anthropos. 1998. Bd 93, H. 4/6. P. 559–565.
27. Yan Y. The flow of gifts, reciprocity and social networks in a Chinese Village. Stanford, 1996. 280 p.
28. Social connections in China: institutions, culture, and the changing nature of Guanxi / ed. by T. Gold, D. Guthrie, D. Wank. Cambridge University Press, 2002. 275 p.
29. Contract, Guanxi, and dispute resolution in China / ed. by Tahirih V. Lee. New York: Garland Publishing, Inc., 1997. 443 p.
30. Gold T. B. After comradeship: personal relations in China since the Cultural Revolution // The China Quarterly. 1985. N 104. P. 657–675.
31. Burderi R., Huang T. G. Guanxi (The Art of Relationships): Microsoft, China, And Bill Gates's plan to win the road ahead. 2006. 320 p.
32. Peng M. W. Controlling the foreign agent: how governments deal with Multinationals in transition economy // Management International review. Feb. 2000. Vol. 40. P. 141–165.
33. Lin Liang-Hung. Cultural and organizational antecedents of guanxi: the Chinese cases // Journal of business ethics. 2011. N 99. P. 441–451.
34. Fang Y. The importance of guanxi to multinational companies in China // Asian Social Studies. July 2011. Vol. 7, N 7. P. 163–168.
35. Ledeneva A. Blat and guanxi: informal practices in Russia and China // Comparative studies in society and history. 2008. N 50(1). P. 118–144.
36. Michailova S., Worm V. Personal networking in Russia and China: Blat and Guanxi // European Management Journal. Aug. 2003. Vol. 21, N 4. P. 509–519.
37. Кривохиж С. В. «Мягкая сила» и публичная дипломатия в теории и внешнеэкономической практике Китая // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 13. 2012. Вып. 3. С. 103–112.

Статья поступила в редакцию 2 апреля 2014 г.

Контактная информация

Веселова Людмила С. — аспирант; milaveselova@gmail.com

Veselova Liudmila S. — post graduate student; milaveselova@gmail.com