Социология культуры / Sociology of Culture

Научная статья
DOI: 10.12731/2576-9782-2026-10-3-363
УДК 316.74

Original article
EDN: USCMYI

Влияние партийных установок на корпоративную культуру китайских компаний нефтегазового сектора

Н.О. Лебедева
Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова, Ижевск, Российская Федерация

Аннотация

Обоснование. Актуальность исследования обусловлена интенсификацией российско-китайского сотрудничества в нефтегазовой сфере и, как следствие, необходимостью понимания ценностных драйверов поведения китайских партнёров в условиях недостаточной изученности механизма трансляции партийных установок в элементах корпоративной культуры (миссиях, слоганах, целях, ценностях) отраслевых компаний. Актуальность прослеживается на макро-, мезо- и микроуровнях. Макроуровень: в условиях многополярного мира и усиления геополитической конкуренции становится критически важно понимать механизмы влияния на деятельность предприятий стратегических отраслей государств-партнеров. Мезоуровень: с каждым годом наблюдается усиление идеологического влияния КПК на экономических государственных и частных агентов. Данная тенденция позволяет пересмотреть традиционное представление о соотношении бизнеса и политики. Микроуровень: в российской научной среде отсутствуют комплексные исследования первичных эмпирических источников (сайтов компаний, уставов, интервью руководителей, данных отраслевых выставок), позволяющих сформулировать специфику корпоративной культуры китайских компаний через призму идеологических установок и конфуцианских добродетелей.

Цель исследования. Проследить процесс становления, трансформации и институционализации концепта корпоративной культуры в КНР через призму китайского научного дискурса, а также выявить ценностные ориентиры компаний нефтегазового сектора и определить их связь с внутренней политикой Коммунистической партии Китая.

Методология проведения работы. В процессе выполнения данного исследования эмпирическую базу составили: открытые учредительные документы китайских

компаний, их официальные веб-сайты и корпоративные презентации; интервью с представителями предприятий, выпускающих буровое оборудование; материалы отраслевых выставок – российской «Нефтегаз» и китайской CIPPE; сведения с официальных сайтов структур Коммунистической партии Китая; опубликованные в интернете статьи о деятельности КПК, а также переводы и комментарии к древнекитайским текстам. Благодаря контент-анализу корпоративных сайтов, опросам руководителей и изучению уставных документов удалось выявить ценностные ориентиры, которые определяют профессиональную деятельность сотрудников этих компаний. Применение сравнительно-исторического метода позволило проследить эволюцию представлений о труде в целом, а также о взаимодействии людей и их мотивации – в частности. Кроме того, этот метод дал возможность описать воздействие конфуцианских идей на политические установки и установить их связь с корпоративной культурой предприятий нефтегазовой отрасли.

Результаты. В операционной деятельности китайских нефтегазовых компаний ключевой ценностью выступает клиентоориентированность, закреплённая устойчивыми речевыми клише («клиент на первом месте», «клиент в центре» и др.). Базовыми принципами ведения бизнеса являются честность, сплочённость, стремление к совершенству, инновации, поддержка сотрудников, преданность делу и стране, а также ориентация на долгосрочную перспективу. Презентационные материалы компаний изобилуют идиомами и обобщёнными мотивационными формулировками, которые отсылают к традиционной культуре и исключают конкретику. Ценностные ориентиры – добропорядочность, ответственность, упорный труд, служение отрасли – систематически транслируются через партийные документы, выступления руководства КНР, социальную рекламу и мероприятия, посвящённые конфуцианству. В интервью сотрудников фиксируются прямые отсылки к наставлениям Си Цзиньпина, что продолжает партийную линию, заложенную ещё при Мао Цзэдуне. В нефтегазовой отрасли культивируется образ «железного человека» – передовика труда, действующего по принципу «капля нефти – капля крови» во имя партии и Родины, что составляет феномен «духа нефти», одобренный председателем КНР. Таким образом, через синтез конфуцианских добродетелей и принципов ведения бизнеса, сформировавшихся в ранний период КНР, проявляется преемственность поколений в процессе строительства социализма с китайской спецификой.

Область применения результатов. Результаты исследования имеют многоуровневое практическое значение. Они могут быть использованы менеджментом иностранных компаний, тесно сотрудничающим с крупными государственными корпорациями (например, CNPC, Sinopec, CNOOC) и их дочерними структурами, для корректной интерпретации управленческих решений, минимизации рисков недопонимания и выстраивания более эффективных переговорных стратегий. Кроме того, результаты исследования могут служить основой для методических

рекомендаций частному бизнесу нефтегазовой отрасли России, взаимодействие которого с китайским нефтегазовым сектором приобретает всё более системный и масштабный характер. Наконец, данный материал представляет интерес для исследователей смежных дисциплин (востоковедение, политология, менеджмент), изучающих систему управления в китайских компаниях, механизмы влияния партийных установок на корпоративное управление, кросс-культурное взаимодействие, ценностные ориентиры и другие аспекты организационной культуры в КНР.

Ключевые слова: Китай; корпоративная культура; нефтегазовый сектор; институты; ценностные установки; коммунистическая партия Китая; Си Цзиньпин; конфуцианство; Дух нефти

Для цитирования. Лебедева, Н. О. (2026). Влияние партийных установок на корпоративную культуру китайских компаний нефтегазового сектора. *Russian Studies in Culture and Society / Российские исследования. Культура и общество*, *10*(3), 57-78. https://doi.org/10.12731/2576-9782-2026-10-3-363

The influence of party attitudes on the corporate culture of Chinese oil and gas companies

N.O. Lebedeva
Kalashnikov Izhevsk State Technical University, Izhevsk, Russian Federation

Abstract

Background. The relevance of the study is driven by the intensification of Russian-Chinese cooperation in the oil and gas sector and, consequently, by the need to understand the value drivers shaping the behaviour of Chinese partners, given the insufficiently studied mechanisms through which party directives are translated into elements of corporate culture (mission, slogans, goals, values) in industry companies. The relevance of the present study is discernible at three analytical levels: macro, meso, and micro. Macro-level: in the context of a multipolar world and intensifying geopolitical competition, it becomes critically important to understand the mechanisms of influence on the activities of enterprises in strategic industries of partner states. Meso-level: there is an annual increase in the ideological influence of the Chinese Communist Party on state-owned and private economic agents. This trend allows for a reconsideration of the traditional understanding of the relationship between business and politics. Micro-level: in the Russian academic environment, there is a lack of comprehensive studies of primary empirical sources (company websites, charters, executive interviews, data from industry exhibitions) that would allow for formulating the specificity of corporate culture of Chinese companies through the prism of ideological guidelines and Confucian virtues.

Purpose. This article aims to trace the formation, transformation, and institutionalization of the corporate culture concept in the PRC through the prism of Chinese academic discourse; identify the value orientations prevalent among oil and gas companies; and establish the linkage between these values and the internal policy of the Communist Party of China.

Methodology. During the course of this research, the empirical basis was composed of: publicly available constituent documents of Chinese companies, their official websites and corporate presentations; interviews with representatives of drilling equipment manufacturing enterprises; materials from industry exhibitions – the Russian Neftegaz and the Chinese CIPPE (China International Petroleum & Petrochemical Technology and Equipment Exhibition); information from the official websites of the Communist Party of China's structures; internet-published articles on the CPC's activities, as well as translations and commentaries on ancient Chinese texts. Through content analysis of corporate websites, surveys of managers, and analysis of constituent documents, it was possible to identify the value orientations that determine the professional activities of the employees of these companies. The application of the comparative-historical method made it possible to trace the evolution of views on labor in general, as well as on human interaction and motivation in particular. Furthermore, this method enabled the description of the influence of Confucian ideas on political attitudes and the establishment of their relationship with the corporate culture of enterprises in the oil and gas sector.

Results. Customer focus, enshrined in common clichés ("customer first", "customer center", etc.), is a key operational value for Chinese oil and gas companies. Fundamental business principles include honesty, unity, excellence, innovation, employee support, dedication to business and country, and a long-term focus. Company presentation materials are replete with idioms and general motivational statements that reference traditional culture and exclude specifics. Values such as integrity, responsibility, hard work, and service to the industry are systematically communicated through party documents, speeches by the PRC leadership, public service announcements, and events dedicated to Confucianism. Employee interviews include direct references to Xi Jinping's teachings, continuing the party line established under Mao Zedong. The oil and gas industry cultivates the image of an "iron man" – a pioneering worker who acts according to the principle of "a drop of oil, a drop of blood" for the sake of the Party and the Motherland. This constitutes the phenomenon of the "spirit of oil," endorsed by the Chinese President. Thus, through the synthesis of Confucian virtues and business principles developed in the early years of the PRC, the continuity of generations in the process of building socialism with Chinese characteristics is demonstrated.

Practical implications. The results of the study have multi-level practical significance. They can be used by the management of foreign companies closely cooperating with large state-owned corporations (ex. CNPC, Sinopec, CNOOC) and their subsid-

iaries to correctly interpret managerial decisions, minimise risks of misunderstanding, and develop more effective negotiation strategies. In addition, the findings can serve as a basis for methodological recommendations for private businesses in Russia's oil and gas sector, whose cooperation with China's oil and gas industry is becoming increasingly systematic and large-scale. Finally, the material is of interest to researchers in related disciplines (Oriental studies, political science, management) who study corporate governance systems in Chinese companies, the mechanisms through which party directives influence corporate management, cross-cultural interaction, value orientations, and other aspects of organisational culture in the PRC.

Keywords: China; corporate culture; oil and gas sector; institutions; values; Chinese Communist Party; Xi Jinping; Confucianism; "Spirit of Oil"

For citation. Lebedeva, N. O. (2026). The influence of party attitudes on the corporate culture of Chinese oil and gas companies. *Russian Studies in Culture and Society*, *10*(3), 57-78. https://doi.org/10.12731/2576-9782-2026-10-3-363

Введение

История российско-китайских отношений насчитывает не одно столетие. С момента подписания Нерчинского договора и вплоть до конца XIX века между двумя государствами заключались двухсторонние соглашения, регламентирующие не только торговлю, но и вопросы в области промышленного и военного сотрудничества. События начала XX века, революция 1917 года в России и Синьхайская революция в Китае, привели к затормаживанию развития двухсторонних отношений. Возобновленные после Второй Мировой Войны, подчас они имели противоречивый характер. Очередной этап восстановления контактов политических элит двух стран и, как следствие, развитие экономического сотрудничества, пришелся на конец XX века, однако, только в 2000-х годах были созданы условия для планомерного стратегического взаимодействия. С 2010 года КНР вышла на первое место по показателям торгового обмена с Российской Федерацией [6]. На данный момент сотрудничество России и Китая не ограничивается только торговлей, оно ведется в сфере культуры, образования, науки, промышленности и др.

Взаимодействие в области топливно-энергетического комплекса началось после распада Советского Союза. Россия, стремившись преодолеть экономический кризис, экспортировала энергоресурсы,

в которых для развития промышленности нуждался Китай. На данный момент энергетическое сотрудничество ведется в рамках сразу нескольких проектов и международных объединений: Петербургский международный экономический форум (с 1997 года), форум Азиатско-Тихоокеанского сотрудничества (Россия присоединилась в 1998 году), Шанхайская организация сотрудничества (с 2001 года), международное объединение БРИКС (с 2006 года) и др.

В последние годы были подписаны крупные международные контракты, определяющие стратегический план развития двух стран, например, крупнейший в истории договор на поставку нефти сроком на 30 лет между ПАО «Газпром» и Китайской национальной нефтегазовой корпорацией (CNPC) [7], соглашение о поставках нефти через Казахстан в течение 10 лет между ПАО «Роснефть» и CNPC [2]. Руководство Китая и России также высоко оценивает уровень двухстороннего взаимодействия, отмечая, что «отношения стратегического партнёрства между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой находятся на подъёме» [5].

Международная политика, проводимая руководством обеих стран, не может не оказывать влияние на сотрудничество частных компаний, задействованных в топливно-энергетическом комплексе, в том числе предприятий, выпускающих специализированное оборудование и ведущих работы по строительству нефтяных и газовых скважин. После подписания в 2009 году кредитных соглашений между Экпортно-импортным банком Китая и Газпробанком, возрос объем китайского бурового оборудования, эксплуатируемого на территории Российской Федерации [1]. Ряд экономических причин, в том числе санкции последних десяти лет со стороны США, привели к усилению зависимости российских компаний от китайского оборудования. Сотрудничество в данном направлении осуществляется не только на государственном уровне, но и на уровне частных предприятий. Двухсторонние контакты стали неотъемлемой частью деловой жизни, однако, несмотря на это, исследования в области кросс-культурных отношений по-прежнему доказывают существование разногласий, вызванных непониманием особенностей и мен-

талитета партнеров. Все это обусловливает высокую потребность в практических знаниях о деловой этике, ценностных ориентирах, культурном коде и историческом контексте для успешного ведения бизнеса с китайскими партнерами.

В настоящей статье автор ставит перед собой следующие *задачи:*

- реконструировать подходы китайских ученых к определению корпоративной культуры;
- выявить основные идеологемы и директивы Коммунистической партии Китая, адресованные предприятиям нефтегазового сектора в последние годы;
- проанализировать корпоративные ценности, миссии и кодексы поведения, публично декларируемые ведущими китайскими компаниями нефтегазового сектора;
- установить прямые или опосредованные корреляции между партийными установками и декларируемыми корпоративными ценностями;
- выявить отраслевые особенности корпоративной культуры китайских нефтегазовых компаний;
- проанализировать, какие конфуцианские добродетели воплощаются в корпоративной культуре современных предприятий.

В соответствии с поставленными целями и задачами, в исследовании выдвигаются следующие гипотезы:

- партийные установки КПК интегрированы в корпоративные ценности не только государственных, но и частных компаний нефтегазового сектора;
- корпоративная культура китайских компаний нефтегазового сектора обладает набором устойчивых отраслевых особенностей;
- посредством конфуцианских ценностей происходит легитимация партийных установок для предприятий нефтегазового сектора Китая.

При проведении данного исследования в качестве эмпирического материала выступили уставные документы китайских компаний, находящиеся в открытом доступе, их официальные сайты и пре-

зентации; интервью представителей компаний-производителей бурового оборудования, сайты отраслевых выставок Нефтегаз и China International Petroleum & Petrochemical Technology and Equipment Exhibition (CIPPE), информация на официальных сайтах подразделений Коммунистической партии Китая (КПК), опубликованные в сети Интернет статьи, посвященные деятельности КПК, переводы и толкования древнекитайских текстов. Контент-анализ сайтов компаний, интервью руководителей, анализ уставных документов позволили сформулировать ценностные установки, определяющие профессиональную деятельность их членов. Сравнительно-исторический метод позволил проследить историю трансформации взглядов на трудовой процесс в целом, и взаимодействие индивидов, их мотивации, в частности, описать влияние конфуцианских идей на политические установки и установить их взаимосвязь с корпоративной культурой предприятий нефтегазового сектора.

Понятие корпоративной культуры в китайском научном поле

В Китае концепция корпоративной культуры в ее современном толковании появилась благодаря структурным и политическим преобразованиям в стране. Чтобы понять взгляд китайского научного сообщества по данному вопросу, необходимо обратиться к этимологии понятия и истории развития корпоративной культуры китайских предприятий.

Слово «культура» в китайском языке (文化) состоит из двух иероглифов: 文 (пиньинь wén, вэнь) – узор, 化 (пиньинь huà, хуа) – преобразования. Таким образом, дословно «культура» переводится как «изменение узора». В словаре «Цихай» - аналоге Большого толкового словаря русского языка, под культурой понимается совокупность материальных и духовных ценностей, созданных людьми в процессе социальной практики»[1].

В конце династии Цин, в начале становления КНР возникло движение вестернизации, которое послужило распространению передовых

[1] «Цихай» – китайский справочник, составленный в 1915 году под эгидой Лу Фэйкуя.

западных технологий и менеджмента, эффективно способствовавших развитию национальной промышленности. В то время новое поколение китайских бизнесменов-конфуцианцев, миссией которых было спасение страны и народа, впитывая зарубежную науку, технологии и управленческий опыт, формировало корпоративную культуру с опорой на традиции. Вследствие этого в научных кругах появился термин «корпоративная культура с китайской спецификой», ядром которой стала гуманистическая конфуцианская мысль, основанная на вере, уважении и морали.

Китайские коммунисты в лице Мао Цзэдуна в своей многолетней революционно-строительной практике большое значение придавали роли человеческого духа, выдвигая такие лозунги как «служение народу», «люди превыше всего» и «духовное начало». Как говорил Мао Цзэдун: «Определенная культура (культура как идеологическая форма) является отражением политики и экономики определенного общества, а также оказывает большое влияние и воздействие на политику и экономику этого общества» [26].

После основания Китайской Народной Республики среди рабочего класса пропагандировался идеал передовиков труда. Таким примером стал нефтяник Ван Цзиньси, который за свой героический поступок по предотвращению выброса нефти также был известен как «железный человек». Имя Ван Цзиньси стало нарицательным, так называли людей, которые не бояться трудностей и смерти, идут вперед несмотря на все преграды. После реформ и открытости произошла трансформация подхода к формированию организационной культуры. Крупные китайские предприятия транслировали цели, которые стали своеобразным клише в современном Китае: «служить стране через промышленность» (Changhong), «искренностью во всем» (Haier), «Целеустремленность - основа» (Huawei). По мнению Сюй Ина за последние 40 лет построение корпоративной культуры в китайских предприятиях «прошло путь от теории к практике, от спонтанности к сознательности и от сознательности к уверенности в себе» [24].

Феномен корпоративной культуры в Китае возник в первую очередь как ответ на влияние западной управленческой мысли в

промышленности и торговле. Научный интерес к данной области исследования возник несколько позже. Его можно связать с учреждением Китайской ассоциации исследований корпоративной культуры в 1988 году. Целью данной организации является аккумулирование международного и национального опыта, помощь китайским компаниям в построении организационной культуры, обучение, обмен опытом, просвещение, научная деятельность.

Профессоры университета Цинхуа Чжан Дэ и Пань Вэньцзюнь полагают, что корпоративная культура формируется в процессе развития предприятия и является его высшей целью, базовой концепцией, стандартом ценностей и нормой поведения, которым следуют большинство сотрудников [8]. Профессор Высшей Школы Бизнеса Cheung Kong Лю Цзинь считает, что управление компанией зиждется на регламентах и корпоративной культуре. Если предприятие хочет оставаться конкурентоспособным, оно должно иметь свою собственную культуру, обладающую скрытым влиянием на внутренние процессы в течение длительного периода времени [16]. Председатель Федерации социальных наук Чэнду Ли Хоуцян определил корпоративную культуру как отрасль философии управления, краеугольным камнем которой является традиционная китайская культура. Это национальный геном и уникальный стратегический ресурс великого возрождения Китая, который невозможно скопировать, имитировать, интерполировать или трансплантировать из внешнего мира [15]. По мнению Ли Хоуцяна настал век «культурного менеджмента».

Партийные установки в трудовой деятельности сотрудников китайских предприятий

Мысль об необходимости внедрения корпоративной культуры с китайской спецификой прослеживается в выступлениях генерального секретаря Си Цзиньпина, в которых он регулярно поднимает вопрос о нравственном воспитании, наставляя сотрудников компаний различных отраслей промышленности. По мнению господина Си «культура любой нации имеет свою внутреннюю основу. Отказ от

традиций и отбрасывание основ равносильно перекрытию духовной артерии» [25]. Прежде всего, под традициями подразумеваются конфуцианские идеи, которые получили новый виток развития после избрания Си Цзиньпина на пост председателя КНР. Во время рабочей поездки в Цюйфу[1] он сделал заявление, подтверждающее данное утверждение: «Процветание страны и нации всегда зиждутся на культурном процветании. Великое возрождение китайской нации требует развития и процветания китайской культуры»[2]. Чуть позже, на очередном заседании Политбюро генеральный секретарь выразил надежду на то, что конфуцианство станет источником партийных ценностей [10]. В своей речи он призвал присутствующих придерживаться прошлого ради настоящего, отделить зерна от плевел, отбросить ложное и сохранить истинное [11]. Профессор Академии национальной обороны Янь Сяофэн высказал схожую мысль: коммунистическая партия является непреклонным последователем марксизма, и в то же время Китай является наследником выдающейся традиции [11].

В сентябре 2014 года на церемонии открытия Международного академического симпозиума, посвященного 2565-летию со дня рождения Конфуция, и Пятой Генеральной ассамблеи Международной конфуцианской федерации глава КНР процитировал строку из «Аналектов Конфуция»: «Разве не радостно встретить друга, прибывшего издалека», а во время своей речи Си Цзиньпин подчеркнул, что «конфуцианство…отражает духовные устремления китайской нации, является основой для ее бесконечного роста и развития»[3] [22].

За последние несколько лет Си Цзиньпин посетил многие государственные и частные предприятия нефтяной и газовой промышленности, дав указания о долгосрочных целях, миссиях и корпоративных ценностях. Так, например, 26 сентября 2019 года в поздравительном письме по случаю 60-летия открытия нефтяного месторождения Дацин генеральный секретарь Си Цзиньпин пожe-

[1] Цуйфу – городской уезд, родина Конфуция.
[2] Перевод Лебедевой Н.О.
[3] Перевод Лебедевой Н.О.

лал сотрудникам Daqing Oilfield Engineering Co., Ltd. «не забывать первоначальные намерения, помнить о миссии, энергично продвигать дух Дацина и дух железного человека, продолжать реформы и внедрять инновации, а также способствовать высококачественному развитию, брать на себя ответственность, быть эталоном и строить нефтяное месторождение с вековой историей» [29].

На первом заседании 20-й Центральной финансово-экономической комиссии генеральный секретарь отметил необходимость «ускорить строительство ряда предприятий мирового уровня с продукцией высокого качества, известными брендами, инновациями и современным управлением» [12].

10 октября 2023 года Си Цзиньпин в рамках деловой поездки в филиал Sinopec в Цзюцзяне, дал указания по ускорению создания компании мирового уровня и движению к мировому лидерству [14]. Наконец, на Третьем Пленуме ЦК 20-го созыва, состоявшимся в июле 2024 года, была сформулирована задача об «углублении реформы культурных систем и механизмов» [28], содействии культурному процветанию, обогащении духовной и культурной жизни людей, изучении эффективных механизмов интеграции культуры, науки и технологий.

Результаты **исследования**

В исследовании рассматривались сайты китайских производителей оборудования для нефтегазового сектора, принимающих участие в международных выставках Нефтегаз и China International Petroleum & Petrochemical Technology and Equipment Exhibition (CIPPE). Сто компаний выбирались случайным образом из перечня участников выставок. Стоит отметить тот факт, что многие китайские предприятия имеют англоязычные или русскоязычные версии сайтов, информация на которых разнится с их китайской версией. В данной работе анализировалась информация, приведенная на китайском языке, перевод был выполнен автором. В рамках исследования изучению подлежали следующие элементы корпоративной культуры: слоганы (лозунги), корпоративные ценности, цели, миссии.

Слоганы исследуемых компаний очень разнообразны, было выделено около 60 семантических единиц, которые сложно сгруппировать друг с другом. Наиболее повторяемые из них следующие: «качество», «передовые технологии», «инновации», «прогресс», «будущее», «компания мирового уровня», «бренд», «имидж», «искренность», «честность», «добросовестность», «совершенствование», «развитие», «профессиональность». Важно отметить тот факт, что большинство слоганов написано не в настоящем времени, а обращены к будущему, раскрывая планы, стремления и намерения компании. Также есть примеры слоганов, в которых существует отсылка на корпоративные ценности или использовались устойчивые образные выражения.

72% компаний разместили информацию о ценностях на своих официальных сайтах. Было выделено 82 ценностных ориентира, среди которых наиболее распространенными стали «инновации», «наука», «новые технологии», «взаимная выгода и сотрудничество», «честность», «искренность», «доверие», «развитие и совершенствование», «клиенты и их потребности», «ориентация на людей», «целеустремленность», «стремление к совершенству», «ответственность», «качество», «преданность» и «надежность». Заявленные ценности тождественны конфуцианским добродетелям искренности [кит. 信, пиньинь xìn, синь], гуманности [кит. 仁, пиньинь rén, жэнь], знания [智, пиньинь zhì, чжи], морали [кит. 德, пиньинь dé, дэ], а также вторят наставлениям генерального секретаря Си Цзиньпина в целеустремленности, настойчивости, ответственности, стремлению к инновациям и развитию. Необходимо также обратить внимание на формулировки ценностных ориентаций. Многие компании в официальных текстах прибегают не просто к последовательному перечислению отдельно стоящих семантических единиц, а используют устойчивые выражения, идиомы и крылатые фразы, которые обычно состоят из четырех иероглифов и отражают специфику деловой переписки: 以人为本 («ориентация на людей»), 追求卓越 («стремиться к совершенству»), 精益求精 («не останавливаться на достигнутом»), 客户至上 («клиент превыше всего»), 互利共赢 («взаимная выгода»), 忠诚敬业 («лояльность и преданность работе»).

О смысле существования заявили 68% компаний. В большинстве случаев миссия компаний сформулирована в одном предложении. К основным стратегическим целям китайских компаний относятся следующие: создание бренда, предоставление качественных услуг и продукции, забота о клиентах, удовлетворение потребностей и запросов клиентов, стремление к инновациям, разработке новых технологий, устойчивое развитие, служение отрасли, стране, обществу, создание ценности.

Основные цели компаний можно сформулировать следующим образом: глобализация бренда, создание компании мирового уровня, производство продукции высокого качества, внедрение инноваций, создание ценности для клиентов, удовлетворение их запросов. Цели реже всего сконцентрированы на соблюдении регламентов, специализации, реализации принципов научного менеджмента, ориентации на сотрудников. Наблюдается некоторая подмена понятий, смешение содержания миссии и целей. Ряд компаний, незначительно переформулировав содержание, дублируют центральную мысль в обоих разделах. Китайские компании предпочитают отражать свои долгосрочные намерения миссиях (68%) и целях (55%).

Заключение

Результаты исследования подтвердили выдвинутые автором гипотезы. Принято считать, что партийные установки в обязательном порядке воспроизводятся государственными корпорациями. Однако результаты исследования свидетельствуют о том, что они также усваиваются частными компаниями.

Таким образом, можно говорить о превращении идеологического дискурса в основу общеотраслевого стандарта, что ставит новые вопросы о природе отношений между государством и частным бизнесом в КНР.

Кроме того, прослеживается трансформация партийных директив в корпоративные ценности на уровне конкретных формулировок в уставных документах и публичных выступлениях. Материалы с официальных сайтов предприятий, отраслевых выставок и интер-

вью выступили в качестве индикаторов диффузии идеологического дискурса в смежные секторы.

В ходе исследования были определены наиболее частотные словосочетания и лексические единицы, а также сформулированы ключевые особенности элементов корпоративной культуры. Так, например, в своей операционной деятельности сотрудники китайских компаний ориентируются на запросы клиентов, рассматривают их как партнеров. Ценность партнеров подчеркивается речевыми клише «клиент на первом месте» (客户第一), «клиент превыше всего» (客户至上), «клиенты – основа» или «клиенты - сначала» (客户为本), «клиент важнее всего» (以客户为中心, дословно «клиент в центре, в сердце»). Базовыми принципами ведения бизнеса выступают честность и добропорядочность, сплоченность, стремление к совершенству и развитию, привнесение нового и технологичного, поддержка сотрудников и повышение их квалификации, преданность делу, стране, организации, ориентация на долгосрочную перспективу, построение предприятия с «вековой историей».

Презентации китайских компаний изобилуют устойчивыми выражениями и идиомами, которые позволяют проследить связь деловой коммуникации с традицией. Формулировки исключают конкретику, имеют обобщенный мотивационный характер повествования. Также необходимо отметить отсылки на такие институциональные факторы, свойственные китайским компаниям, как добропорядочность, честность, искренность, ответственность, преданность делу, упорный труд, служение отрасли. Данные ценностные ориентиры пропагандируются руководством Китая посредством официальных обращений, постановлений Пленума ЦК КПК, социальной рекламы, мероприятий, посвященным конфуцианской традиции и т.д. В своих обращениях генеральный секретарь призывает рабочих компаний нефтегазового сектора продвигать «дух нефти», следуя принципам «три честности, четыре строгости» и «упорного тяжелого труда» [18]. Его наставления нашли свое отражение в корпоративной культуре китайских компаний (Таблица 1).

Таблица 1.

Соответствие ценностных установок китайских компаний нефтегазового сектора указаниям председателя КНР Си Цзиньпина

Table 1. Alignment of the core values of Chinese oil and gas companies with the directives of PRC President Xi Jinping

Ориентиры, озвученные Си Цзиньпином в своих официальных обращениях к компаниям нефтегазового сектора	*Ценностные установки, указанные в корпоративной культуре китайских компаний нефтегазового сектора*
«Не забывайте о своем первоначальном намерении и двигайтесь вперед» [30].	«Целеустремленность», «взаимная выгода и сотрудничество», «стремление к совершенству».
«Любите страну и партию, трудитесь ради партии и нефти» [30]	«Ориентация на людей», «любить страну», «любить партию»[1], «служение отрасли», «сделано в Китае».
«Связь преемственности и развития» [9].	«Развитие и совершенствование»
«Строгость, прагматизм, скорость и инновации» [9].	«Прагматизм», «инновации», «наука», «новые технологии».
«Дух железного человека»[2] [29]	«Дух железного человека»[3], «упорный труд», «эффективность».
«Строить компанию с вековой историей». [29]	«Создание бренда», «компания с вековой историей».
«Брать на себя ответственность» [21]	«Ответственность», «социальная ответственность».
«Быть честными» [27]	«Честность», «искренность», «доверие», «добросовестность», «уважение».
«Строительство предприятия мирового уровня» [19]	«Глобализация бренда», «компания мирового уровня», «бренд», «имидж».
Преданность делу [18].	«Преданность делу», «надежность».

Также поддержку наставлений Си Цзиньпина сотрудниками китайских компаний нефтегазового сектора возможно проследить в их интервью:

«В своей речи генеральный секретарь подчеркнул необходимость продвижения духа передовиков труда, трудолюбия, великий харак-

[1] Прямые цитаты, встречаются у нескольких компаний.
[2] Тяжело и усердно трудиться (прим. автора)
[3] Прямая цитата, встречается у нескольких компаний.

тер рабочего класса нашей страны и широких масс трудящихся. Это огромная честь!» [23].

Ма Синьпин, руководитель второй бригады клепальщиков на рабочем участке Цзеи Baoji Oilfield Machinery Co., Ltd.

«Генеральный секретарь Си Цзиньпин говорил об инновациях, уважении к знаниям, уважении к талантам и сочетании личных устремлений и китайской мечты, которые глубоко вдохновили меня» [23].

Цзян Янь, старший инженер Shengu Group Co., Ltd.

«Суть важной речи, произнесенной по видеосвязи (Си Цзиньпином) на производственной платформе «Deep Sea One» 10 апреля 2019 года, заключается в энергичной реализации «трех крупных проектов одного действия» в качестве главного курса. Мы должны смело и ответственно следовать миссии, решительно преодолевать трудности, решать многочисленные проблемы, такие как резкие колебания цен на нефть, и стремиться играть «три роли»: технологические инновации, промышленный контроль и поддержание безопасности» [20].

Партком China National Offshore Oil Corp

«Четыре требования, выдвинутых генеральным секретарем, в последние годы послужили руководством к действию во всех направлениях деятельности в Чунцине, углубляя реформы и содействуя экономическому и социальному развитию» [13].

Сян Сяобо, председатель Chongqing Silian Sensor Technology Co., Ltd.

«Во время инспекции в Ганьсу об этом заявил Си Цзиньпин. Углубляйте реформы, будьте смелы в инновациях, упорно трудитесь, обогащайте людей и процветайте. Стремитесь написать главу модернизации в китайском стиле в Ганьсу» [3].

Официальный сайт CNPC Jichai Power Co., Ltd.

«Предприниматель – это руководитель компании и ее душа. Он является важной силой инноваций и реформ. Генеральный секретарь множество раз обращался к понятию предпринимательского духа, отмечая, что «жизненная сила рынка заключается в людях, особенно в предпринимателях и предпринимательском духе» [4].

Официальный сайт Yantai Jereh Petroleum Equipment & Technologies Co., Ltd.

«Именно опираясь на реформы, Weichai Group превратилась из компании на грани банкротства во всемирно известное моторостроительное предприятие. Мы должны следовать требованиям генерального секретаря, с большей решимостью и уверенностью продолжить продвигать реформы и постоянно стимулировать инновационное развитие предприятия» [17].

Тань Сюйгуан, председатель правления Weichai Group

В интервью работников компаний прослеживаются отсылки на наставления Си Цзиньпина, которые являются логичным продолжением политики партии, возникшей в 50-е годы XX века при Мао Цзэдуне. В нефтегазовой отрасли культивируется образ передовика труда, «железного человека», настойчиво и добросовестно идущего к своей цели ради партии и Родины, следующего принципу «капля нефти – капля крови». Все это – составляющие феномена «духа нефти», выбранного председателем КНР в качестве ценностного ориентира для работников отрасли. Таким образом, через синтез добродетелей Конфуцианства и принципов ведения бизнеса, сформулированных во время становления КНР, проявляется преемственность поколений в процессе строительства социализма с китайской спецификой.

Список литературы

1. Арзумов, И. (2014). Расплата подождёт. *Коммерсантъ Guide*, (22), 10. https://www.kommersant.ru/doc/2474117
2. Жуковская, И. Ю. (2023). Перспективные направления сотрудничества России и Китая в сфере энергетики. *Экономические исследования и разработки*. DOI: https://doi.org/10.54092/25420208_2023_1_64. EDN: https://elibrary.ru/BQNIVA.

3. Официальный сайт CNPC Jichai Power Co., Ltd. (2024). https://www.cnpc.com.cn/cnpc/titleBlue/202409/d54edfba2a844ae4940e546a8df19dd4.shtml
4. Официальный сайт Yantai Jereh Petroleum Equipment & Technologies Co., Ltd. https://www.jereh.com/cn/news/media-detail.jsp?id=6646
5. Российско-Китайский энергетический бизнес-форум. https://rcebf.com
6. Российско-китайские отношения. Двусторонние отношения. Официальный сайт Министерства иностранных дел. http://www.mid.ru/ru/maps/cn?currentpage=main-country
7. Рыбкин, Р. Ю. (2018). Основные направления российско-китайского сотрудничества: история и современность. *Управленческое консультирование*, (3), 140–145. DOI: https://doi.org/10.22394/1726-1139-2018-3-140-145. EDN: https://elibrary.ru/USNFNU.
8. 蔡安庆、姚孟乐. (2024). 化育以文——企业文化的传承与重构. 人文能建.
9. 传承石油精神， 弘扬新时代海油精神. (2016). 中国网. https://t.m.china.com.cn/convert/c_m1q3k52x.html
10. Confucius says, Xi does. (2015, July 25). *The Economist*. https://www.economist.com/china/2015/07/25/confucius-says-xi-does
11. 崔小粟. (2014). 一年内三次亲近儒家 习近平为何如此强调重拾传统文化？ 人民网—中国共产党新闻网. http://cpc.people.com.cn/n/2014/0925/c164113-25731729.html
12. 戴厚良. (2023). 高质量建设世界一流能源企业. 经济日报. http://paper.ce.cn/pc/content/202309/07/content_280518.html
13. 黄凌、刘政宁. (2022). 抓好»四个扎实» 推进重庆高质量发展. 重庆日报网. http://cq.people.com.cn/n2/2022/0310/c367668-35167698.html
14. 牢记嘱托 奋力谱写中国式现代化石化新篇章. (2023). 中国石化官方. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1779965553726444384&wfr=spider&for=pc
15. 李后强. (2024). 企业文化是从企业内部生长出来. 人民网—四川频道. http://sc.people.com.cn/n2/2024/0831/c345167-40962311.html
16. 刘劲. (2023). 到底什么是好的企业文化？ 经济观察报. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24401030
17. 迈出新步伐 展现新作为. (2024). 人民日报, (2). https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202405/content_6953483.htm
18. 石油精神—文献石油70年出版发行. (2020). 中国石油. https://m.thepaper.cn/baijiahao_7995543
19. 孙梦宇. (2024). 中国石油第二届»感动石油人物»颁奖典礼举行. 中国网. http://union.china.com.cn/jdnews/txt/2024-09/26/content_42925996.html
20. 王馨悦、钟鸣. (2024). 深耕蓝色国土 全力以赴为建设海洋强国贡献海油力量. 旗帜, (1). http://www.qizhiwang.org.cn/n1/2024/0222/c458466-40181548.html
21. 王燕妮. (2024). 大庆油田：奋楫扬帆气象新. 中国石油报. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1811133989422908769&wfr=spider&for=pc

22. 习近平的文化足迹丨曲阜»三孔»：儒风千载文脉传. (2023). http://politics.people.com.cn/n1/2023/0626/c1001-40020920.html
23. 习近平总书记在庆祝»五一»国际劳动节暨表彰全国劳动模范和先进工作者大会上的重要讲话引发强烈反响. (2015). 新华网. http://www.xinhuanet.com/politics/2015-04/28/c_1115122476.htm
24. 徐莹. (2024). 中华优秀传统文化是中国特色企业文化建设的根和魂. 中外企业文化, (6). https://www.sohu.com/a/796056773_121140238
25. 一清. (2013). 话说»文化三自»与中国梦. 红网. https://hlj.rednet.cn/c/2013/05/12/3002903.htm
26. 宇文利. (2021). 民族复兴离不开文化复兴. 前线杂志, 43–46.
27. 张云普. (2023). «三老四严»培育形成60周年丨薪火相传 赋能百年油田建设. 中国石油报. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1777609779623450804&wfr=spider&for=pc
28. 中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议公报. (2024). www.gov.cn*: Официальный сайт Правительства КНР* [Электронный ресурс]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202407/content_6963409.htm
29. 周春林、苏大鹏、吴浩、康琼艳. (2023). 牢记总书记的嘱托•企业调研记. 经济日报. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1781401876553508036&wfr=spider&for=pc
30. 钟石平. (2016). 弘扬石油精神•精神的力量. 中国石油报. https://www.china5e.com/news/news-952826-1.html

References

1. Arzumov, I. (2014). The reckoning can wait. *Kommersant Guide*, (22), 10. https://www.kommersant.ru/doc/2474117
2. Zhukovskaya, I. Yu. (2023). Promising areas of cooperation between Russia and China in the energy sector. *Economic Research and Development*. DOI: https://doi.org/10.54092/25420208_2023_1_64. EDN: https://elibrary.ru/BQNIVA.
3. Official website of CNPC Jichai Power Co., Ltd. (2024). https://www.cnpc.com.cn/cnpc/titleBlue/202409/d54edfba2a844ae4940e546a8df19dd4.shtml
4. Official website of Yantai Jereh Petroleum Equipment & Technologies Co., Ltd. https://www.jereh.com/cn/news/media-detail.jsp?id=6646
5. Russian-Chinese Energy Business Forum. https://rcebf.com
6. Russian-Chinese relations. Bilateral relations. Official website of the Ministry of Foreign Affairs. http://www.mid.ru/ru/maps/cn?currentpage=main-country
7. Rybkin, R. Yu. (2018). Main directions of Russian-Chinese cooperation: history and modernity. *Management Consulting*, (3), 140–145. DOI: https://doi.org/10.22394/1726-1139-2018-3-140-145. EDN: https://elibrary.ru/USNFNU.
8. Cai Anqing, & Yao Mengle. (2024). Cultivating through culture: inheritance and reconstruction of corporate culture. *Humanities and Energy Construction*.

9. Carrying forward the petroleum spirit, promoting the new era CNOOC spirit. (2016). *China.com*. https://t.m.china.com.cn/convert/c_m1q3k52x.html
10. Confucius says, Xi does. (2015, July 25). *The Economist*. https://www.economist.com/china/2015/07/25/confucius-says-xi-does
11. Cui Xiaosu. (2014). Why does Xi Jinping emphasize reviving traditional culture so strongly? Three close engagements with Confucianism within one year. *People's Daily Online – CPC News*. http://cpc.people.com.cn/n/2014/0925/c164113-25731729.html
12. Dai Houliang. (2023). Building a world-class energy enterprise of high quality. *Economic Daily*. http://paper.ce.cn/pc/content/202309/07/content_280518.html
13. Huang Ling, & Liu Zhengning. (2022). Focusing on the "four solid foundations" to advance high-quality development in Chongqing. *Chongqing Daily Online*. http://cq.people.com.cn/n2/2022/0310/c367668-35167698.html
14. Remembering the instructions, striving to write a new chapter of petrochemical modernization with Chinese characteristics. (2023). *Sinopec Official*. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1779965553726444384&wfr=spider&for=pc
15. Li Houqiang. (2024). Corporate culture grows from within the company. *People's Daily Online — Sichuan Channel*. http://sc.people.com.cn/n2/2024/0831/c345167-40962311.html
16. Liu Jin. (2023). What actually makes a good corporate culture? *Economic Observer*. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24401030
17. Taking new steps, demonstrating new achievements. (2024). *People's Daily*, (2). https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202405/content_6953483.htm
18. The petroleum spirit — commemorative publication marking 70 years of the oil industry. (2020). *PetroChina*. https://m.thepaper.cn/baijiahao_7995543
19. Sun Mengyu. (2024). PetroChina holds its second "Moving Petroleum People" awards ceremony. *China.com*. http://union.china.com.cn/jdnews/txt/2024-09/26/content_42925996.html
20. Wang Xinyue, & Zhong Ming. (2024). Deeply engaging with the blue territory: fully contributing CNOOC's strength to building a maritime power. *Qizhi*, (1). http://www.qizhiwang.org.cn/n1/2024/0222/c458466-40181548.html
21. Wang Yanni. (2024). Daqing Oilfield: setting sail with renewed vigor. *Petroleum Industry News*. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1811133989422908769&wfr=spider&for=pc
22. Xi Jinping's cultural trail: Qufu's "Three Confucian Sites" — a thousand years of Confucian heritage and cultural continuity. (2023). http://politics.people.com.cn/n1/2023/0626/c1001-40020920.html
23. Strong response triggered by General Secretary Xi Jinping's important speech at the ceremony celebrating International Labour Day and honouring national model workers and advanced workers. (2015). *Xinhua News Agency*. http://www.xinhuanet.com/politics/2015-04/28/c_1115122476.htm

24. Xu Ying. (2024). Excellent traditional Chinese culture is the root and soul of building enterprise culture with Chinese characteristics. *International and Domestic Corporate Culture*, (6). https://www.sohu.com/a/796056773_121140238
25. Yi Qing. (2013). On the "three selfs" in culture and the Chinese Dream. *Rednet*. https://hlj.rednet.cn/c/2013/05/12/3002903.htm
26. Yu Wenli. (2021). National revival cannot be separated from cultural revival. *Frontline Magazine*, 43–46.
27. Zhang Yunpu. (2023). The "three elders, four strictures" cultivation marks 60 years – passing the torch to empower a century-old oilfield development. *Petroleum Industry News*. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1776609779623450804&wfr=spider&for=pc
28. Communique of the Third Plenary Session of the 20th Central Committee of the Communist Party of China. (2024). www.gov.cn*: Official website of the Government of the People's Republic of China*. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202407/content_6963409.htm
29. Zhou Chunlin, Su Dapeng, Wu Hao, & Kang Qiongyan. (2023). Remembering the General Secretary's instructions: a report on corporate research. *Economic Daily*. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1781401876553508036&wfr=spider&for=pc
30. Zhong Shiping. (2016). Promoting the petroleum spirit: the power of spirit. *Petroleum Industry News*. https://www.china5e.com/news/news-952826-1.html

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Лебедева Надежда Олеговна, преподаватель-исследователь по специальности «Социология», магистр социологии, преподаватель «Центра китайского языка и культуры»
ИжГТУ имени М. Т. Калашникова
ул. Студенческая, 7, г. Ижевск, Удмуртская Республика, 426069, Российская Федерация
Narusagawa@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Nadezhda O. Lebedeva, Lecturer-Researcher, Master's Degree in Sociology, Lecturer at the Center for Chinese Language and Culture
Kalashnikov Izhevsk State Technical University
7, Studencheskaya Str., Izhevsk, Udmurt Republic, 426069, Russian Federation
Narusagawa@yandex.ru

Поступила 02.06.2026 Received 02.06.2026
После рецензирования 04.07.2026 Revised 04.07.2026
Принята 07.07.2026 Accepted 07.07.2026