

## Графики роста китайского индивидуализма в именах, песнях и поведении.

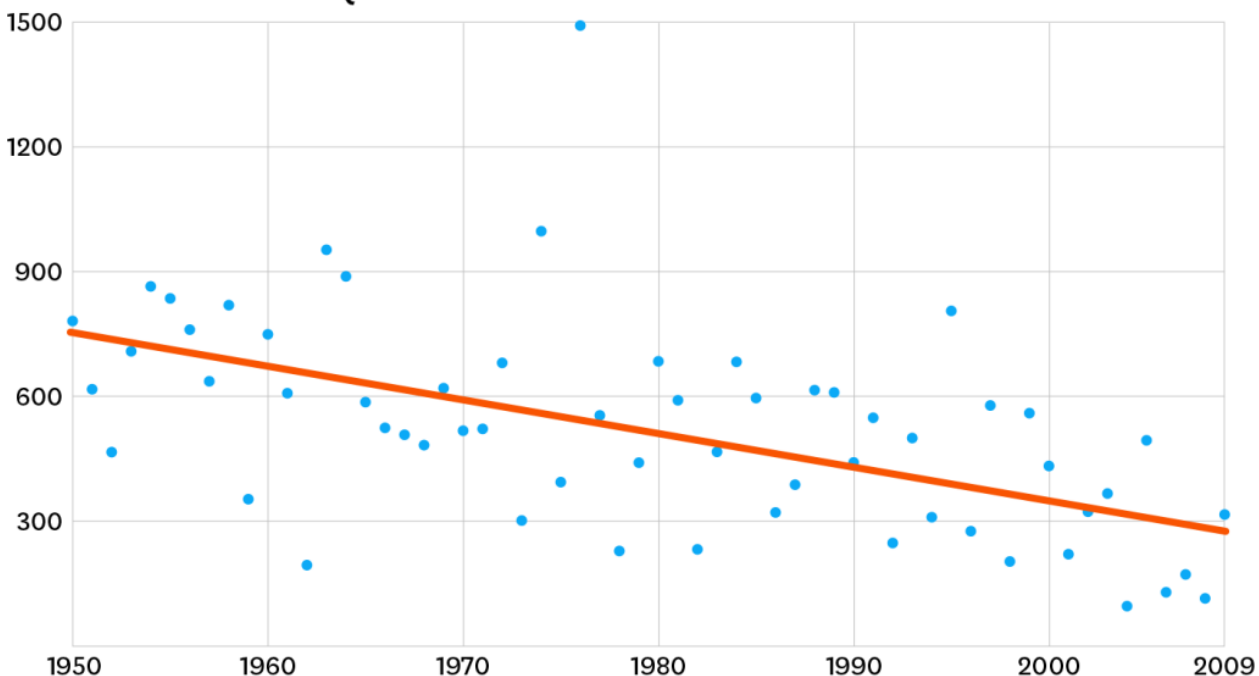
Китай пережил стремительные изменения за последние пять десятилетий. С 1979 до 2015, китайский ВВП на душу населения возрос с 2,7% от американского ВВП до 23,6%. Средняя заработная плата возросла в 6 раз, в то время как абсолютная бедность снизилась с 41% населения до приблизительно 5%. Хотя изменения в экономике неоспоримы, что на счет культурных изменений? В трех исследованиях мы зафиксировали рост индивидуализма в Китае.

Китайское имя обычно состоит из одного-двух, иногда трех, иероглифов. В первом исследовании мы проверили действительно ли все больше имен новорожденных состоят из уникальных (или редко встречающихся) иероглифов. Мы использовали последнюю версию Современного словаря статистики частоты употребления китайских иероглифов как эталон, чтобы определить уникальность каждого иероглифа. Затем мы провели частотный анализ текста, чтобы проверить предпочитают ли родители использовать уникальные китайские иероглифы для имен своих детей. График внизу подтверждает среднюю частоту всех иероглифов, использованных за последние 50 лет. Очевидно, как Гвинет Пэлтроу и Стив Мартин дали своей дочери , Эппл, уникальное имя, китайские родители все больше предпочитают использовать атипические и непонятные иероглифы в именах своих детей.

### In China, Name Characters Are Becoming Less Frequent

Parents are increasingly giving their children unique names instead of reusing existing ones.

#### AVERAGE CHARACTER FREQUENCY



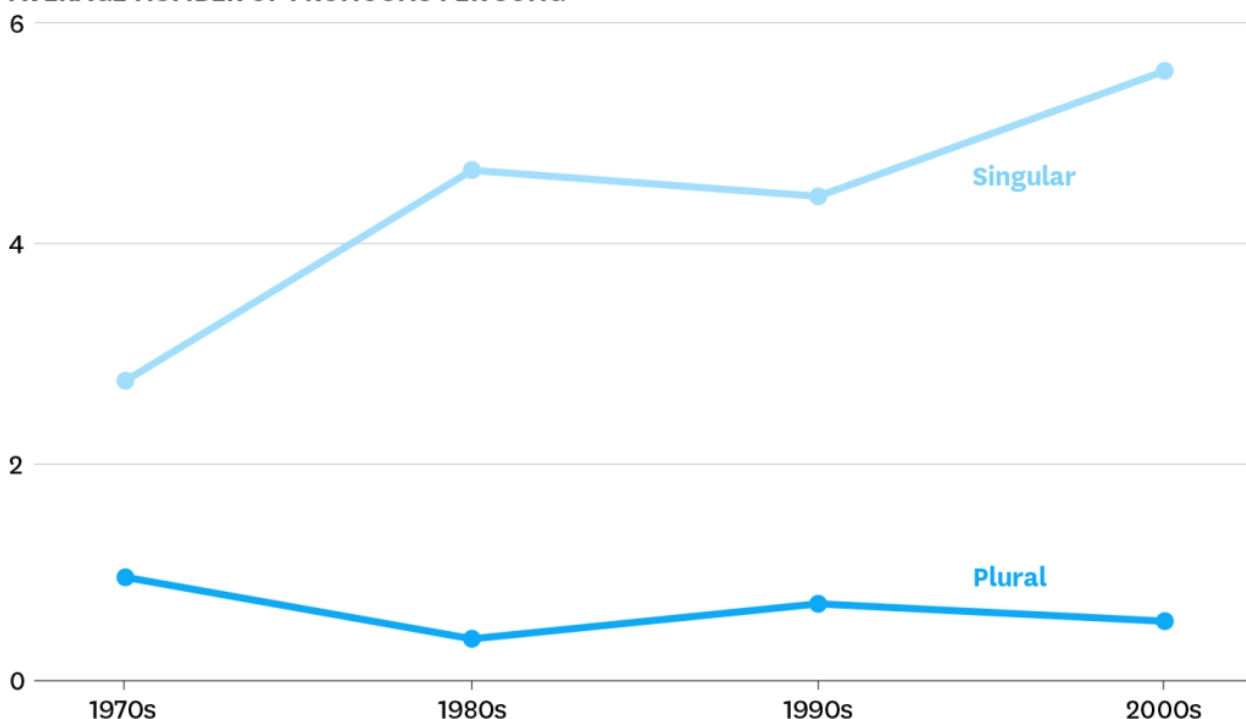
SOURCE XI ZOU ET AL.

© HBR.ORG

Второе исследование основано на данных частотного анализа текстов популярных песен. Мы выбрали 10 самых популярных песен за каждый год согласно Китайскому Национальному Радио Чарту с 1970 до 2010. Затем мы подсчитали частоту использования двух типов слов: местоимения 1 лица, единственного числа (Я, меня, мой) и местоимения 1 лица, множественного числа (мы, нас, наш). Как показывает график ниже, местоимения в единственном числе используются чаще в последние 4 десятилетия, в то время как местоимения множественного числа используются реже. Конечно, в 1980-х, в то время как мы росли, не было ничего необычного в песнях, где каждое предложение начиналось с «мы» (например, «Мы цветы страны. Мы будущее страны.»)

## The Use of Plural Pronouns in Chinese Songs Has Decreased, While the Use of Singular Pronouns Has Increased

AVERAGE NUMBER OF PRONOUNS PER SONG



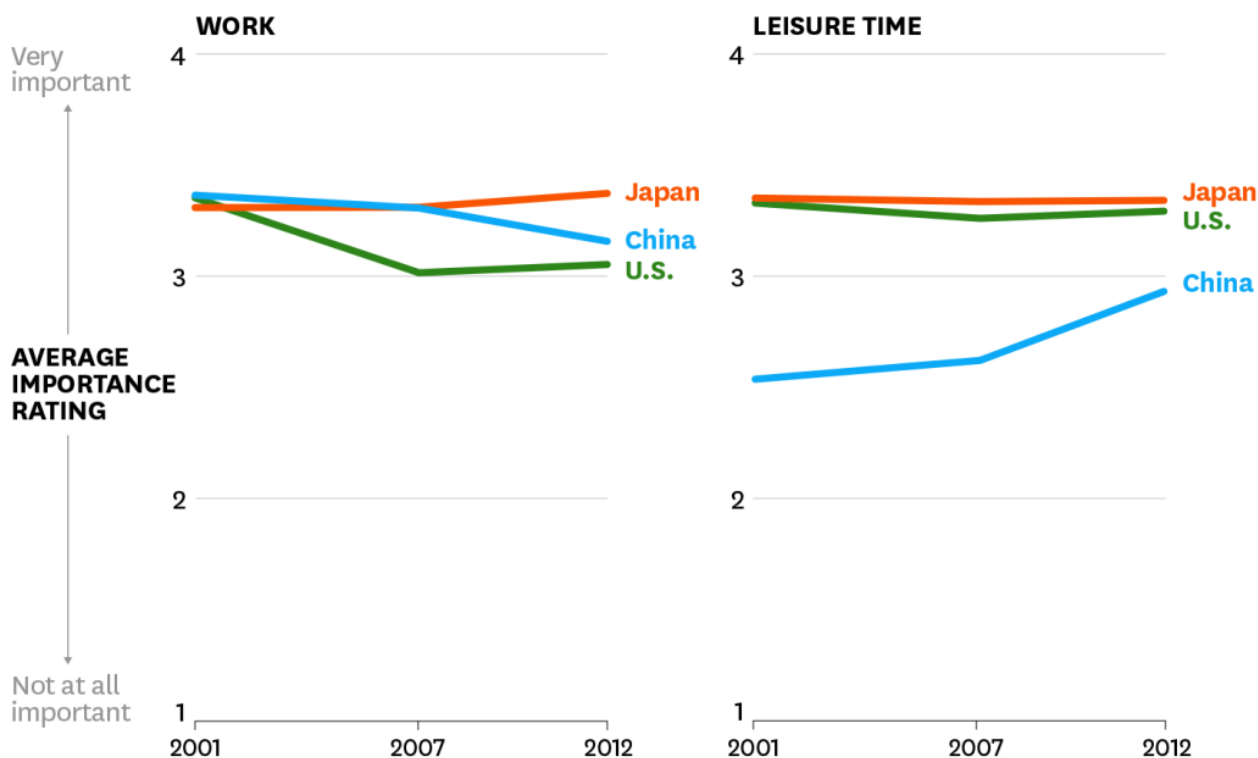
SOURCE XI ZOU ET AL.

© HBR.ORG

Для нашего последнего исследования мы обратились к Всемирному обзору ценностей (WVS). WVS в настоящее время самое крупное исследование человеческих взглядов, ценностей, убеждений в мире, и оно проводится с 1989 в 65 странах. В первом вопросе WVS участников просят оценить важность семьи, друзей, досуга, политики, работы и религии.

В предыдущем, проведенном нами исследовании, мы обнаружили, что важность досуга ключевой показатель индивидуалистических ценностей. Наш анализ WVS показал, что со временем китайские участники стали оценивать важность досуга значительно выше, в то время как важность работы снизилась. Мы разбили респондентов на 3 возрастных категории и отследили изменения респондентов в каждой возрастной категории за последние три десятилетия в Китае.

## Work Is Rated as Less Important in China, While Leisure Time's Importance Has Increased



SOURCE XI ZOU ET AL.

© HBR.ORG

Мы хотели посмотреть, как эти изменения соотносятся с другими крупными мировыми экономиками, поэтому мы взглянули на ответы WVS из Японии и также Соединенных Штатов. Как показывает график выше, возрастающая важность досуга и снижающаяся важность работы характерны для Китая. Эти находки также демонстрируют, что даже при том, что Китай и Япония обычно воспринимаются как образец коллективистской культуры, у них есть существенные различия. Эти различия стали даже более явными в последнее десятилетие в сферах досуга и работы. Между тем, существует усиливающееся сближение между китайскими и американскими предпочтениями в этих двух областях.

Когда мы представили эти результаты группе бизнес лидеров в Китае, CEO поделился пронзительным комментарием: « У меня в компании есть 3 разные версии китайцев – 1990ых, 1980ых, и 1970ых годов рождения. У этих трех поколений полярные предпочтения, их мотивируют разные типы наград, и у них отличающиеся стили работы.» Хотя общий уровень индивидуализма в Китае может и не превзошел Соединенные Штаты, но возрастающий индивидуализм среди китайцев знаменует собой серьезный сдвиг и будет иметь важные последствия для будущего успеха бизнеса в Китае.

Xi Zou, доктор философии, доцент кафедры «Организационное поведение» в Лондонской школе бизнеса.

Huajian Cai, доктор философии, профессор в Китайской Академии Наук.

**Оригинал статьи** <https://hbr.org/2016/03/charting-chinas-rising-individualism-in-names-songs-and-attitudes>