

ИМИДЖ ЧЕБОЛЯ SAMSUNG В СВЯЗИ С ОСОБЕННОСТЯМИ КОРЕЙСКОГО МЕНТАЛИТЕТА

Научный руководитель – Звонова Екатерина Евгеньевна

Звонова Екатерина Евгеньевна

Кандидат наук

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: farfelushka@yandex.ru

Изучение имиджевых стратегий чеболя Samsung в с учетом особенностей корейского менталитета является актуальным вследствие его огромного значения для экономического благосостояния Южной Кореи и возможности заимствования тех из них, которые релевантны российской ментальности и деловой культуре.

Специфические черты мировоззрения корейского народа укоренены в его истории [1, 2]. На закрепление патриотических настроений повлияло противостояние соседним государствам. Трудолюбие, семейственность, коллективизм [3] развивались благодаря трудам по возделыванию заливного риса. Значительное воздействие на корейский менталитет оказали религиозные представления. Шаманизм способствовал формированию практического подхода. Буддизм и конфуцизм сыграли роль в сплочении народа (последнее также определяло социальные нормы). С распространением христианства корейская культура вестернизировалась, впитывала ценности познания, преобразования, креативности, социальной справедливости.

Своим успехом бренд Samsung во многом обязан особенностям корейского менталитета. Начало деятельности предприятия в обстановке противостояния Японии соответствовало патриотическому настрою. Название Samsung («три звезды») могло ассоциироваться с мифом о прародителе корейцев, сыне небесного правителя Тангуне и представлениями о трех главных корейских племенах, осознавших единство. Семейственность бизнеса соответствовала ценности семьи в корейской культуре. Консолидация, практичность и усердие возволили добиваться выдающихся результатов, которые превратились в мощный имиджевый фактор. Единство традиционных ценностей и инноваций было органично для духовного климата общества, соотносилось с разделяемым корейцами идеалом гармонии противоположностей.

Для российской деловой культуры, как и для корейской, характерны толерантность к семейственности и ряд паттернов коллективизма, которые в сочетании с усердием и практичностью привели Samsung к успеху. Вероятно, руководителям отечественного бизнеса стоит использовать опыт чеболя по формированию имиджа, одновременно культивируя трудолюбие и практицизм на корпоративном уровне.

Источники и литература

- 1) Звонова Е.Е. Корейский менталитет как фактор успеха чеболя Samsung: пример определения бытия сознанием // Евразийский юридический журнал. – 2022. – №3(166).
- 2) Пак Е.Г. Социально-философский анализ истории формирования менталитета // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 1. Т. 2 – С. 151–155.

- 3) Сазонова Д. Н. Отражение коллективизма в корейском языке // Культурология, филология, искусствоведение: актуальные проблемы современной науки: сб. ст. по матер. XXXV междунар. науч.-практ. конф. № 6 (28). – Новосибирск: СибАК, 2020. – С. 45 – 49.