

ВЛИЯНИЕ ЯПОНСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА МАНЕРУ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Горбачев Н. С., Богоудинова Е. Р.

Димитровградский инженерно-технологический институт – филиал НИЯУ МИФИ (ДИТИ НИЯУ МИФИ), Димитровград, e-mail: n-gorbachev@bk.ru, bogoudinova02@bk.ru.

Аннотация: в данной статье затронута проблема влияния японской культуры на манеру ведения бизнеса. Определено влияние стран-географических соседей на культурные ценности государства. Отмечены культурно-религиозные течения, распространенные на территории Японии: буддизм, конфуцианство, даосизм, синтоизм, моизм, дзен. Определены понятия «культура» и «культурные ценности». Дана краткая характеристика японской культуры. Отмечен и проанализирован ряд факторов, оказавших существенное влияние на культуру Японии: географические условия страны (изоляция от материка, небольшие размеры архипелага, большая плотность населения – 336 чел./км²); иностранное влияние, полученное в ходе истории (изоляция на протяжении веков и последующий контакт с промышленно развитым Западом); духовные и философские традиции народа (слияние ряда философско-религиозных течений – синкретизм: синтоизм, буддизм, конфуцианство, дзен. В рамках последнего рассмотрены 13 основных культурных ценностей в деловой сфере, которые необходимо понимать, чтобы эффективно вести бизнес в Японии. Описаны три важнейшие особенности японского способа ведения бизнеса: установление межличностных отношений; недопущение споров и конфронтации, заключение контракта. В заключении сделаны выводы об особенностях ведения бизнеса в Японии, сформированных под влиянием философско-религиозных ценностей островного государства.

Ключевые слова: философия Японии, культурные ценности, буддизм, конфуцианство, даосизм, синтоизм, дзен, моизм, бизнес, синкретизм.

THE INFLUENCE OF JAPANESE CULTURE ON THE STYLE OF DOING BUSINESS

Gorbachev N. S., Bogoudinova E. R.

Dimitrovgrad Engineering and Technological Institute (DITI MEPhI), Dimitrovgrad, e-mail: n-gorbachev@bk.ru, bogoudinova02@bk.ru.

Annotation: this article touches upon the problem of the influence of Japanese culture on the style of doing business. The influence of the countries-geographical neighbors on the cultural values of the state is determined. The cultural and religious trends common in Japan are marked: Buddhism, Confucianism, Taoism, Shintoism, Moism, Zen. The concepts of "culture" and "cultural values" are defined. A brief description of Japanese culture is given. A number of factors that have had a significant impact on the culture of Japan are noted and analyzed: the geographical conditions of the country (isolation from the mainland, the small size of the archipelago, a large population density of 336 people /km²); foreign influence received in the course of history (isolation for centuries and subsequent contact with the industrially developed West); spiritual and philosophical traditions of the people (the fusion of a number of philosophical and religious trends - syncretism: Shintoism, Buddhism, Confucianism, Zen. Within the framework of the latter, 13 main cultural values in the business sphere are considered, which must be understood in order to effectively conduct business in Japan. Three most important features of the Japanese way of doing business are described: establishing interpersonal relationships; avoiding disputes and confrontation, and concluding a contract. In conclusion, conclusions are drawn about the peculiarities of doing business in Japan, formed under the influence of the philosophical and religious values of the island state.

Keywords: philosophy of Japan, cultural values, Buddhism, Confucianism, Taoism, Shintoism, Zen, Moism, business, syncretism.

Каждая страна обладает культурными особенностями, которые в определенной степени были заимствованы у географических соседей. Такой культурный обмен является распространенной практикой среди многих стран. Поэтому можно говорить о ряде регионов планеты со странами, имеющими схожие культуры. Таким является и Азиатский регион, в котором распространены такие культурно-религиозные течения, как буддизм, конфуцианство,

даосизм, синтоизм, моизм и т. п. все они имеют свои особенности, делающими азиатский регион по-своему уникальным [1].

Западные бизнесмены обычно сталкиваются с трудностями при ведении международного бизнеса с людьми из азиатских стран, поскольку ряд культурных особенностей кардинально различается с таковыми в западном регионе (Европа, Скандинавия, США).

Целью данной работы являются анализ влияния японских культурных ценностей на построение и поддержание деловых отношений; подчеркивание важности понимания жизненных укладов, позволяющих успешно вести бизнес в Японии.

Под культурой понимаются ценности, нормы, убеждения, установки и модели поведения, усвоенные и разделяемые группой людей, которые позволяют им определенным образом воспринимать этот мир. Ценности служат основным уровнем культуры, ее «фундаментом». Результатом формирования культуры, в частности, являются особенности конкретного народа или государства в целом в ведении деловых отношений [1].

Специфические культурные ценности позволяют людям каждого общества знать, что уместно в каждой конкретной ситуации, и, таким образом, представляют собой в явной или в скрытой форме идеи и убеждения о том, что считается хорошим, правильным и аморальным в социуме. Этим определяются нормы того, как люди должны вести себя и поступать по отношению к другим членам общества [1].

Японская культура за всю свою многовековую историю испытала в той или иной степени влияние целого ряда факторов: географические условия страны; иностранное влияние, полученное в ходе ее истории; духовные и философские традиции народа.

Географическая изоляция Японии, ее сравнительно небольшие размеры – примерно в 45 раз меньше территории России (17 124 442 км²) – и относительно большое население, сопоставимое с населением Российской Федерации (147 млн против 127 млн у Японии), привели к тому, что ее жители живут в непосредственной физической близости друг от друга (плотность составляет порядка 336 чел./км²). Это привело к появлению необходимости работать сообща или в группах, к заботе о чувствах других и к тому, что важно осознавать и учитывать статус отдельных людей. Кроме того, частые стихийные бедствия, такие как тайфуны, землетрясения, наводнения и оползни, воспитали большое уважение к природе и желание жить в гармонии с ней, а не пытаться контролировать ее [2].

Япония испытывала влияние иностранных культур на протяжении всей своей истории, начиная с Китая в 4 веке. К 16 веку западноевропейские страны, такие как Португалия, Испания, а затем Голландия, установили прямые контакты с японцами, пока Указ 1635 года не постановил закрыть страну, запретив японцам выезжать за границу и возвращаться после проживания на территории других государств. Более 200 лет Япония была официально – хотя

и не полностью – закрыта и не открывалась до реставрации Мэйдзи в 1868 году. В середине 19 века западное влияние достигло Японии в основном из США. В 1853 году четыре американских корабля прибыли в токийскую гавань с целью восстановления регулярной торговли и диалога между Японией и Западом. Контакт с промышленно развитым Западом принес Японии демократию и конституционный парламент, доступ к современным технологиям и знаниям о западном образе жизни [3].

Таким образом, японцы развили практику заимствования полезных элементов иностранных культур, слияния их с местными обычаями и адаптации таковых к японскому использованию (практика иитоко-дори).

Философские и религиозные традиции – это убеждения и правила, которыми люди руководствуются в своих решениях и суждениях на протяжении всей жизни. Японские философские и религиозные традиции развивались на протяжении всей японской истории в результате сочетания различных систем мышления [3].

Синкретизм (или слияние) – самое важное явление в японской религиозной истории. Синто и буддийские верования слились, когда буддизм охватил Японию в 6 веке. Конфуцианство всегда было тесно взаимосвязано с буддизмом. Это главная причина, по которой многие японцы не проводят четкого различия между своими философскими и религиозными традициями, поэтому трудно с какой-либо определенностью сказать, какие конкретные культурные ценности исходят от каждой религии [3].

Японская мысль интересуется реальностью этого мира и придает особое значение тому, что удобно для повседневной жизни. Синтоизм, дзен-буддизм, конфуцианство и традиции японского общества оказали наибольшее влияние на формирование японского делового мышления. Определенные культурные ценности в бизнесе напрямую вытекают из этих трех основных философских и религиозных течений и являются основой, на которой японцы оценивают свое собственное поведение и поведение других [3].

Японское общество не так однородно, как кажется на первый взгляд. Оно отличается в зависимости от региона, размера общины, городского или сельского местоположения, образования, работы или принадлежности к группе меньшинств. Однако все японцы разделяют определенные культурные ценности и принятые правила поведения, и, следовательно, существует высокая степень однородности в их социальных обычаях, а не в отношении этнической принадлежности или образа жизни [3].

Нельзя сказать, что все японские бизнесмены идентичны, однако они ведут себя одинаково во всех конкретных общественных ситуациях в соответствии с тем, что считается социально приемлемым вместо того, чтобы следовать тому, что им взбредет в голову [4].

Исследования японских социологов позволяют выделить 13 основных японских культурных ценностей в бизнесе, которые необходимо понимать, чтобы создавать и поддерживать деловые отношения с японцами. Эти культурные ценности сформировали японское деловое мышление и определили черты японского способа ведения бизнеса [4]:

1. Важность субординации в межличностных отношениях.
2. Необходимость сохранения лица в общественных ситуациях как в отношении себя, так и в отношении других. Японцы, как правило, стараются избегать конфликтных ситуаций.
3. Самоконтроль и самодисциплина, умение сохранить самообладание.
4. Важность тишины.
5. Стремление к совершенству даже в самых незначительных вопросах.
6. Гибкость в адаптации к изменениям.
7. Умение осознать непостоянство и быстротечность жизни.
8. Важность обстоятельств. Они важны, потому что при любых обстоятельствах следует ожидать надлежащего поведения, от них зависит объективная оценка той или иной ситуации.
9. Гармония между членами группы.
10. Членство в группе и сотрудничество в ее рамках.
11. Социальная иерархия и уважение к возрастным членам социума. Вертикальная структура японского общества основана на конфуцианской концепции социальной иерархии, которая четко определяет обязанности и обязательства, регулирующие отношения между людьми. Среди наиболее важных – уважение к пожилым людям и уважение к старшим.
12. Важность соблюдения социальных норм.
13. Принятие неизбежного. Дзен учит, что все, даже смерть, можно встретить без страха, приняв ее неизбежность. Кроме того, осознание того, что событиями нельзя управлять, побуждает принимать факты такими, какие они есть.

В таблице 1 обобщены специфические японские культурные ценности, имеющие отношение к бизнесу, и показаны три философских и религиозных направления, из которых они происходят: синтоизм, дзен-буддизм и конфуцианство. Поскольку эти традиции смешались в ходе японской истории, некоторые культурные ценности являются общими и, действительно, могут быть результатом синкретизма [4].

Таблица 1 –

Философское течение	Норма
Синтоизм	Членство в группе и сотрудничество внутри неё

	Важность обстоятельств
	Гармония между членами общества
Дзен-буддизм	Самоконтроль и самодисциплина
	Важность тишины
	Все меняется, и ничто не вечно
	Гибкость в адаптации к изменениям
	Принятие неизбежности событий
	Стремление к совершенству
Конфуцианство	Социальная иерархия и уважение к возрастным членам социума
	Важность качественных взаимоотношений в группе
	Важность соблюдения социальных норм
	Сохранение лица на публике

Традиционные ценности, которыми японцы руководствовались на протяжении веков, остаются важными и по сей день. Эффективное взаимодействие с японскими представителями власти и бизнеса по-прежнему требует глубокого знания значений определенных действий, отражающих их основополагающие культурные ценности и социальные обычаи [4].

Существуют три важнейшие особенности японского способа ведения бизнеса: установление межличностных отношений; недопущение споров и конфронтации; контракт [5].

Установление межличностных отношений (нинген канкей) очень важно, потому что японские бизнесмены больше доверяют тем, с кем они общаются и кого хорошо знают, чем тем, кто просто стремится вести с ними бизнес. Они чувствуют себя более комфортно, ведя дела с людьми в статусе их друзей и близких деловых партнеров, а не просто со знакомыми. Таким образом, японцы тратят много времени и денег на установление межличностных отношений, прежде чем заниматься бизнесом, потому что им нужно как можно лучше знать потенциального иностранного партнера, чтобы понять, как им действовать, и уметь интерпретировать их реакции, прежде чем делать ответных шаг [5].

Встречи после работы – важная часть японского бизнеса, поскольку это позволяет выразить личные чувства по конкретному деловому вопросу, что не позволительно делать на рабочем месте. Неформальные встречи вне рабочей среды состоят из совместных обедов, кофе, караоке и т. п.

Важно иметь в виду, что неформальные встречи происходят не только до и во время официальных переговоров, но и во время последующей реализации совместной бизнес-стратегии. Это связано с тем, что деловые отношения в Японии все еще носят личный

характер, и возможные конфликты разрешаются дружественным и непубличным способом путем взаимных консультаций (ханаший) вместо судебных разбирательств [5].

Японцы привыкли поддерживать постоянный личный контакт со своими деловыми партнерами, и с этой целью они предпочитают как можно чаще наносить личные визиты, чтобы узнать о ходе дела.

В Японии начальные контакты не осуществляются напрямую. Напротив, деловые отношения устанавливаются посредством соответствующих связей и знакомств (шокай) с общим другом или даже третьей стороной (шокай-ша).

Межличностные отношения основаны на социальном положении индивида в иерархии. Кроме того, отношения между двумя людьми более высокого и более низкого статуса являются основой структуры японского общества. Такие характеристики, как возраст, образование, работа или «связи», являются основой для различий в статусе, и японские бизнесмены чувствуют себя обеспокоенными, когда различия в статусе игнорируются в межличностном взаимодействии. Из этого вытекает важность обмена визитными карточками (meishi), которые указывают на место человека в иерархии компании. Японцам необходимо знать это, чтобы решить, как разговаривать с конкретным человеком и какой уровень вежливости использовать [5].

Гармония (ва), располагающая инструкциями как избежать прямой конфронтации, является важной культурной особенностью японского общества. Предотвращение личной конфронтации на публике является приоритетом. Предпочтительнее разрешать конфликты по косвенным каналам, таким как неофициальные встречи, посредничество (чукай) или арбитраж (чусай) [5].

У японцев нет привычки прямо выражать свои мысли. Таким образом, они могут избежать причинения вреда чувствам других людей и разрушения гармонии в отношениях. Японцы очень заботятся о том, что и как они говорят.

В Японии поведение в каждой общественной ситуации зависит от обстоятельств и определяется, безусловно, культурой. В международном бизнесе конфликты могут быть результатом того, что люди не разделяют одни и те же культурные ценности в отношении того, что является подходящим или правильным, и это имеет решающее значение для оценки искренности и надежности. Японская деловая встреча – это публичное заседание, где нет места личным чувствам [5].

Неопределенность в японском общении обычно сбивает с толку иностранцев, которые не понимают, что важную часть японской модели ведения деловым переговорам составляет невербальная коммуникация. Любая сопутствующая невербальная коммуникация должна быть правильно истолкована, иначе есть серьезный риск взаимного недопонимания.

Культурные ценности определяют то, как молчание понимается в каждом обществе, и в Японии молчание (чинмоку) – это скорее способ донести то, что важно, чем просто пустота между фразами. Японское молчание может выражать широкий спектр значений в зависимости от каждой конкретной ситуации, например, чтобы предотвратить прямую конфронтацию, избежать оскорбления других или выразить несогласие, поскольку чувства обычно не выражаются напрямую. Таким образом, могут возникнуть недоразумения, когда иностранцы неправильно понимают значение молчания в конкретной ситуации [5].

Сохранение лица – это глубоко укоренившаяся культурная ценность в японском обществе, и люди редко теряют самообладание на публике, если только одна из сторон не имеет значительно более высокого статуса. Японцы больше озабочены самоконтролем, чем контролем над другими или ситуацией, поскольку их учат не раскрывать то, что они действительно хотят сказать, и сдерживать эмоции с целью поддержания межличностной гармонии.

Привычка вести себя в соответствии с тем, что является социально приемлемым (татемае), является важным элементом для достижения социального признания, которое является основой групповой гармонии. Японские бизнесмены ориентированы на группу, к которой они принадлежат, и такое отношение к интересам сообщества по-прежнему является правилом в школах и на рабочих местах в Японии. На публике японские бизнесмены поддерживают позицию своей группы, даже если они лично не согласны. Таким образом, члены одной и той же общности действуют как единое целое [5].

Контракт (деловой договор) – это юридическое средство, которое письменно удостоверяет соглашение между двумя сторонами, особенно когда между ними не установлено доверия. Хотя японцы используют письменные контракты, обычно считается, что если нет межличностного доверия, то простое владение подписанной бумагой не улучшит деловую ситуацию. Таким образом, традиционное японское отношение к выполнению письменных контрактов заключается в том, чтобы подчеркнуть созданные деловые отношения. Контракт – это скорее простая формализация личного обязательства работать вместе, чем подробный документ с фиксированными положениями, которые должны быть точно соблюдены [4].

Процесс переговоров не заканчивается, когда участники подписывают контракт, в котором изложено, что от них ожидается. В Японии подписание письменного контракта не означает окончания переговоров, поскольку японцы верят в изменение обстоятельств (дзидзе хэнко), и очень точные положения подписанного контракта не считаются определенными. Японцы всегда открыты для новых переговоров, даже сразу после подписания.

Конкретные условия теряют свою силу, если обстоятельства меняются и условия становятся неблагоприятными для какой-либо стороны. Они должны быть адаптированы к изменениям,

которые происходят с целью достижения взаимно удовлетворительных результатов и поддержания долгосрочных отношений (нагаи цукиай). Это основано на убеждении, что обе стороны контракта должны помогать друг другу, когда возникают проблемы, потому что это будет возвращено в ходе долгосрочных отношений [4].

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно сделать следующие выводы: существуют культурные факторы, которые имеют важное значение для построения и поддержания деловых отношений в Японии. Следует иметь в виду, что японцы хорошо информированы и хорошо подготовлены и что, в свою очередь, иностранцы, ведущие бизнес в Японии, должны быть готовы глубоко понимать японские культурные ценности. Межличностные отношения (нинген канкей) являются ключевым фактором в Японии, и отсутствие достаточного времени для их развития может быть истолковано как отсутствие интереса и невнимательность. Доверие основывается не на письменном контракте, а на установленных межличностных отношениях и долгосрочной стратегии, включая приверженность долгосрочным деловым отношениям. Это очень важно для ведения бизнеса в Японии. Гармония, которая заключается в том, чтобы избегать личной конфронтации и сохранять внешний вид на публике, является приоритетом в японском обществе. Аналогичным образом, важны ежедневные контакты и постоянная корректировка решений в соответствии с обстоятельствами. Высокий уровень качества и сервиса, к которому привыкли японцы, являются отражением их стремления к совершенству. Высокие уровни ожидаются даже в относительно незначительных вопросах.

Список литературы:

1. G. Garcia (2015), 'Japanese Cultural Traditions and International Business', in B. Christensen & J. Koeman (Eds.), Nationalism, Cultural Indoctrination, and Economic Prosperity in the Digital Age, IGI Global, p. 106-126.
2. Япония – 2021 – [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Япония> (дата обращения: 22.11.2021).
3. Семёнова А.В. Роль традиций в современной Японии // Культура и цивилизация (Донецк). 2016. №1 (3). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-traditsiy-v-sovremennoy-yaponii> (дата обращения: 22.11.2021).
4. Самойлова К.С., Рубцов Н.М. Экономика Японии и ее развитие на современном этапе // Научная Идея. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-yaponii-i-ee-razvitie-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 22.11.2021).
5. Нефодин А. С., Грашкина М. В. Японский менталитет // БМИК. 2013. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yaponskiy-mentalitet> (дата обращения: 22.11.2021).