

О.Р. ОЧИРОВ

**ВВЕДЕНИЕ
В СОВРЕМЕННУЮ КИТАЙСКУЮ
ДЕЛОВУЮ КУЛЬТУРУ**

Учебное пособие

Чита 2008

УДК 008(-11)(075.3)
ББК Ч 111я73+Т3(5Кит)я73
О 955

Печатается по решению Ученого совета Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н.Г. Чернышевского

Ответственный за выпуск: *М.В. Константинов*, д-р ист. наук, проф., проректор по научной работе ЗабГГПУ

Рецензенты: *Т.А. Шаренкова*, канд. филос. наук, доц. каф. иностранных языков ЧИБГУЭП,
Д.В. Сергеев, канд. культурологии, доц. каф. теории и истории культуры ЗабГГПУ

О 955 **Очиров О.Р.**

Введение в современную китайскую деловую культуру : учебное пособие / О.Р. Очиров ; Забайкал. гос. гум.-пед. ун-т. – Чита: Изд-во ЗабГГПУ, 2008. – 149 с.

ISBN 978-5-85158-411-4

Учебное пособие посвящено анализу современной китайской деловой культуры. В работе обобщены и проанализированы существующие общетеоретические и практические подходы к исследованию данного феномена. На основе сравнительного анализа дискурсов западной и китайской деловой культуры в пособии представлены существенные отличия последней, проведен анализ этико-ритуальных традиций и китайских философских категорий. Особой систематизации подвергается специфическая характеристика деловой культуры Китая – стратагемность. В приложении даны примеры стратагемного поведения в бизнесе.

Пособие предназначено для студентов, проходящих подготовку по специальности «культурология», «лингвист-переводчик», «бакалавр лингвистики», «востоковедение», «регионоведение», «международная экономика» и другим специальностям, связанным с китайским языком, экономикой и бизнесом, и может быть полезно для руководителей и специалистов в сфере международного бизнеса.

УДК 008(-11)(075.3)
ББК Ч 111я73+Т3(5Кит)я73

ISBN 978-5-85158-411-4

© О.Р. Очиров, 2008

© ЗабГГПУ, 2008

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава I ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ	5
1.1. Концептуализация понятия «деловая культура», способы и подходы исследования	5
1.2. Классификация и основные параметры деловых культур	21
Выводы к I главе.....	31
Вопросы к теме	32
Глава II ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОЙ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ	33
2.1. Основные характеристики и параметры китайской деловой культуры	33
2.2. Этико-ритуальные традиции деловой культуры Китая	71
2.3. Стратегичность как специфика китайской деловой культуры	80
Выводы ко 2 главе	93
Вопросы к теме	96
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	97
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	102
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	123

ВВЕДЕНИЕ

Формирование в Китае социально-ориентированной рыночной экономики, ее стремительное развитие и усиление влияния на все процессы делового взаимодействия в мире обусловили повышенный интерес к изучению генезиса и современного состояния китайской деловой культуры. Важным аспектом здесь выступает расширение российско-китайского сотрудничества. Эти обстоятельства поставили перед учеными и бизнесменами проблему осмысления деловой культуры как активной, детерминирующей реальности в процессах делового взаимодействия. Обнаружилась настоятельная потребность анализа общих принципов и специфики формирования, функционирования, развития китайской деловой культуры, оказывающей определяющее воздействие на развитие современной деловой культуры.

Китайская деловая культура привлекает внимание ученых различных направлений. Фундаментальных работ, посвященных изучению данной проблемы, пока еще нет. Однако это не значит, что китайская деловая культура не изучалась ранее. В различных дисциплинах присутствуют работы, затрагивающие так или иначе феномен деловой культуры Китая в различных его проявлениях.

Китайские деловые традиции отражают уникальные логико-эпистемологические, этико-философские, культурно-эстетические, космогонические знания китайской цивилизации. С одной стороны, деловая культура Китая, находясь в полинациональном пространстве, в условиях интернационализации экономики и её глобализации подвергается деформирующему воздействию инокультурных влияний. С другой – она смогла унаследовать уникальный опыт социокультурной, ментальной, религиозно-философской системы, сохранив базовую модель знаний и культурного поведения. Выявление базовых способов передачи социокультурного опыта данного феномена имеет практическое значение для теории культуры, экономической науки, менеджмента и т.д.

Современная китайская деловая культура характеризуется синтезом содержательной общности (этико-религиозно-философской традицией конфуцианства, даосизма, буддизма, обуславливающих философичность, прагматичность, преемственность, стратагемность и т.д.) и формальных различий по локально-региональным признакам (континентальная, гонконгская, тайваньская деловые культуры).

С расширением и углублением российско-китайского делового сотрудничества особую актуальность приобретают проблемы общего и особенного в деловых культурах Китая и России, а также требуют осмысления механизмы нахождения консенсуса.

Данное пособие написано на основе научного исследования феномена современной китайской деловой культуры. В его основу легли данные отечественных и зарубежных исследований.

Предлагаемое учебное пособие знакомит читателя с теоретико-методологическими основами исследования деловой культуры, концептуализирует содержание понятия «деловая культура» в отечественной и зарубежной исследовательских литературах. Большое внимание в пособии уделено обобщению критериев классификации деловых культур в научной литературе. Все это позволило определить специфику современной китайской деловой культуры, провести анализ содержания, структуры, функций китайской деловой культуры.

Специфика деловой культуры Китая рассматривается также с позиции феномена стратагемности, который изучался как самостоятельный объект исследования (В.С. Мясниковым, Х. фон Зенгером, В.В. Малявиным), как специфическая особенность культуры межличностных отношений (А.И. Воеводиным), как универсальное средство получения преимуществ (С. Кауфманом, Ван Шэнцзю, Сунь Янь). На основе изучения текстов на китайском, английском и русском языках раскрыта стратагемность как одна из базовых характеристик китайской деловой культуры. Обоснована необходимость различения понятий «стратагема» и «стратагемность» в китайской научной литературе.