

На правах рукописи



ОЧИРОВ ОСОР РЫГЗЫНОВИЧ

**СОВРЕМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА КИТАЯ:
СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА
(на примере стратегемности)**

Специальность 24.00.01-теория и история культуры (культурология)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии.

Чита – 2006

Работа выполнена на кафедре философии
государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет им.
Н.Г. Чернышевского»

Научный руководитель: доктор культурологии
М.И. Гомбоева

Официальные оппоненты: доктор исторических наук, профессор
Н.В. Абаев

доктор филологических наук, профессор
Т.В. Воронченко

Ведущая организация: Институт монголоведения, буддологии и тибетологии
СО РАН

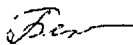
Защита состоится «27» декабря 2006 года в 12 часов на заседании диссертационного совета К 212.069.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук при государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет им. Н.Г. Чернышевского» по адресу: 672007, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, каб. 315

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н.Г. Чернышевского по адресу: 672007, г. Чита, ул. Бабушкина, 129.

Автореферат разослан 27 ноября 2006 г.

Автореферат размещен на официальном сайте ГОУ ВПО «ЗабГГПУ им. Н.Г. Чернышевского» <http://www.zabspu.ru> 27 ноября 2006 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат философских наук



Т.В. Бернюкевич

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. 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.

Актуальность диссертационного исследования определяется необходимостью обобщения и концептуализации, существующих общетеоретических и практических подходов к исследованию китайской деловой культуры

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. Актуальность выявления базовых способов передачи социокультурного опыта данного феномена имеет практическое значение для теории культуры, экономической науки, менеджмента и т.д.

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.

Состояние и степень изученности проблемы.

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

Первостепенное теоретико-методологическое значение в исследовании темы имели работы общетеоретического характера, где философское осмысление развития цивилизаций связано с понятием «культура» было заложено такими учеными, как И.Г. Гердер, Э. Дюркгейм, А.Дж. Тойнби, П.Сорокин и др.

Проблемы морфологии культуры и значение субкультуры как системы норм и ценностей, отличающих группу от большинства общества, рассматриваются в работах С.А. Арутюнова, М. Брейк, В.Е. Давидовича, Д. Дайнс, Ю.А.Жданова и др.

Проблемы культуры с позиций социальной и культурной антропологии рассматриваются в работах К. Леви-Стросс, А. Радклифф-Браун, Э. Эванс-Причард и

др. При исследовании аспектов, касающихся экономической антропологии, мы опирались на работы П. Бурдые, Г. Джереффи, П. ДиМаджио, А.А.Сусоколова и др.

Важное теоретико-методологическое значение имеют работы, раскрывающие социокультурный контекст развития деловой культуры по социологии культуры отечественных авторов, таких как Т.В. Емельяненко, Б.С. Ерасов, Н.Н. Зарубина, Л.Г. Ионин, Ф.И. Минюшев, Л.И. Михайлова и др.

При исследовании взаимовлияния бизнеса и религии, анализа роли религиозных учений в становлении китайского бизнеса мы опирались на работы Н.В. Абаева, Л.Н. Борох, Л.С. Васильева, А.И. Кобзева, Л.Е. Янгутова и др.

При рассмотрении собственно философских категорий китайской культуры мы использовали результаты исследований российских синологов как В.М. Алексеев, В.Г. Буров, А.В. Ломанов, В.В. Малявин, Л.С. Переломов, М.Л. Титаренко, а также китайских исследователей, таких как Ду Вэймин, Лян Шумин, Фэн Ю-лань и др.

Для изучения специфики китайской деловой культуры в контексте социально-экономических проблем современного китайского общества, привлекались работы авторов, таких как Ван Цзэкэ, Линь Ифу, Ли Цзян, Лян Сяомин, Мао Тяньци, Фань Ган, Ху Цзиньтао, Цай Фан, Чжан Цзин и др.

В настоящее время существуют значительное количество отечественных и зарубежных работ, которые изучают проблемы этики деловых отношений, делового этикета (И.В. Алехина, В.В. Багин, Д. Реддинг, Н.П. Романова, И.В. Романова, Э.А. Уткин, Д. Ягер и др.) Однако все эти многочисленные работы чаще всего имеют чисто прагматическую направленность. Они дают практические советы и приемы ведения бизнеса с китайцами и, к сожалению, не выявляют сущности феномена китайской деловой культуры, её ценностно-целевых характеристик, не объясняют принципов, на основе которых функционирует деловая культура Китая.

Особую значимость для нашего исследования представляют работы отечественных исследователей феномена деловой культуры: П. Н. Шихирева «Введение в российскую деловую культуру», И.М. Невлевой. «Деловая культура: универсальность и специфика», где выделена его роль в социокультурной среде. Эти исследования посвящены анализу системообразующих категорий деловой культуры, систематизации общих ценностных ориентаций. В них рассматривается развитие деловой культуры в социально-психологической и деятельностной парадигме, как явление теснейшим образом связанное с экономической деятельностью человечества и психосоматической природой представителей предпринимательского сообщества. Культурологический анализ явления не ставился целью исследования. Достоинствами данных работ является конструктивистская методология. Авторами подчеркивается проектируемый характер функционирования и существования данного сообщества, доказывается, что феномен деловой культуры, проявляющийся в национальной социокультурной форме, создаёт и развивает некий собственный формат.

Философско-антропологическая рефлексия традиционных конфуцианских ценностей, их воздействие на современную китайскую деловую культуру разрабатывается в работах современных китайских исследователей, занимающихся проблемами истории и специфики китайской культуры и цивилизации. Изучение работ китайских авторов явилось основанием компаративистского анализа. Некото-

рые работы современных китайских ученых, были переведены автором и проанализированы в ходе данного исследования.

Существенную роль в изучении специфики китайской деловой культуры и роли в ней стратегемности сыграли исследования, посвященные проблемам классификации (Г. Хофстеде, М. Бонд, Ф. Тромпенаарс, Ч. Хэмпдэн-Тернер, Р.Д. Льюис и др.), специфики деловой и организационной культуры в контекстах культурного дискурса, закономерностей и организационной трансляции и регулирования опыта в данном явлении (И.В. Грошев, Н.Н. Зарубина, Лю Гуанмин, Л.И. Михайлова, А.И. Пригожин и др.), осмыслению их места, роли и функции в качестве сетевого феномена (В.В. Радаев, В.В. Малявин). Об экономических сегментах и экономической специфике китайской деловой и организационной культуры писали китайские ученые, такие как Гао Дичэнь, Лю Гуанмин, Ху Чжэн и др.

Специфика деловой культуры Китая рассматривается с позиции феномена стратегемности, который изучался как самостоятельный объект исследования (Х. фон Зенгером, В.С. Мясниковым, В.В. Малявиным), как специфическая особенность культуры межличностных отношений (А.И. Воеводиным), как универсальное средство получения преимуществ (С. Кауфманом, Ван Шэнцзю, Сунь Янь). Исследование темы невозможно без обращения к традиционным классическим источникам по китайским стратегемам такие как «Военный трактат Сунь-цзы», «Тринадцать шесть стратегем», «Троецарствие», «Хань Фэй-цзы» и др.¹

Объектом исследования является деловая культура Китая

Предмет исследования – специфика и сущностные характеристики китайской деловой культуры на примере стратегемности.

Цель диссертационного исследования – на основании теоретико-методологического осмысления феномена деловой культуры обобщить критерии классификации современной китайской деловой культуры и выявить ее специфику.

Исходя из поставленной цели, определены следующие задачи диссертации:

- концептуализировать содержание понятия «деловая культура» в русской, английской и китайской исследовательских литературах, выявить эпистемологический потенциал различных научных направлений в определении ее структуры и параметров функционирования;

¹ Конрад Н.И. Сунь-цзы. Трактат о военном искусстве. – М. – Л.: Госполитиздат, 1950; Сунь-цзы Искусство стратегии. – М.: Изд-во Эксмо; СПб.: Мидгард, 2006; Мясников В.С. Традиционная китайская дипломатия и реализация Цинской империей стратегических планов в отношении Русского государства в XVII веке. М., 1977; Зенгер Харро фон Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать. В 2-х томах - М.: Изд-во Эксмо, 2004; Малявин В.В. Искусство управления / Сост., пер., вступ. ст. и коммент. В.В. Малявина. - «Изд-во Астрель»: «Изд-во АСТ», 2004. – 430, [2] с.: ил.; Малявин В.В. Китайская военная стратегия / Сост., пер., вступ. ст. и коммент. В.В. Малявина. - «Изд-во Астрель»: «Изд-во АСТ», 2004; Кауфман С. Сунь-цзы. «Искусство войны»: Современное толкование древнего трактата/ Стивен Кауфман. – Пер. с англ. К. Савельева. – М.: ФАИР ПРЕСС, 2004.; Ван Шэнцзю. 三十六计与管理/王胜举编著. - 北京: 当代世界出版社, 2006.3. Саньшилюэцзи гуаньли/ Ван Шэнцзю беньчжу. (36 стратегем и управление). Бэйцзин: дандай шицзе чубаньшэ, 2006.3. Кит.яз.; Сунь Янь. 孙岩. 三十六计商学院/孙岩编撰. -北京: 中国长安出版社, 2005.9. Саньшилюэцзи шансюэюань/ Сунь Янь беньчжуань. (Коммерческий институт 36 стратегем) – Бэйцзин: Чжунго Чанань чубаньшэ, 2005.9. Кит.яз.

- обобщить критерии классификации деловых культур в научной литературе;

- ввести в научный оборот тексты на китайском языке, отражающие специфику деловой культуры, провести их сравнительный анализ с дискурсами западной деловой культуры, установить соответствие между ними и на этой основе выявить сущность и специфику современной китайской деловой культуры;

- определить характеристики и структуру современной китайской деловой культуры;

- показать методы и приемы, средства и инструменты, применяемые в китайской деловой культуре, опирающиеся на стратегию как культурное явление.

Методологические основы исследования.

Основной методологический принцип исследования китайской деловой культуры - системный подход, который позволил осуществить синтез данных о деловой культуре различных отраслей научного знания. С этой целью предмет исследования был подвергнут анализу с точки зрения современных российских и зарубежных философско-культурологических, экономических, этнопсихологических теорий. Системный подход позволил объединить данные прикладного характера с междисциплинарным изучением критериев классификацией деловой культуры.

Применен кросскультурный анализ, который позволил выявить специфику китайской деловой культуры в контексте комплекса его социокультурных детерминаций. Сравнительно-исторический метод дал возможность описать сущность современной китайской деловой культуры и показать, что эволюция явления сопровождалась некоторой трансформацией стратегии, а также созданием адаптивных форм и методов трансляции этого специфического знания. Рассматривая китайскую деловую культуру в ее собственном внутрицивилизационном развитии, был применен структурно-типологический метод, позволивший выделить и дать общую характеристику типов изучаемого явления. Феноменологический подход позволил раскрыть феномен деловой культуры как целостную смысловую систему ценностей, символов, норм и знаний, основанных на религиозно-философских учениях, пронизывающих и организовывающих всю культуру. Это также дало возможность проследить внутреннее единство и устойчивость традиции в процессе функционирования деловой культуры Китая.

Источниковедческая база. При проведении исследования в качестве информационной статистической базы нами использовались аутентичная литература, официальные материалы органов Госкомстата России, информационно-аналитические сборники ИДВ РАН, ИЭ РАН, данные Бюллетеня института конъюнктурных исследований (БИКИ), данные УМДВЭС Администрации Читинской области, ГТК РФ, официальные информационно-аналитические документы КНР, данные ГТУ КНР, МВТЭС КНР, данные с официальных сайтов Министерства торговли КНР, аналитические материалы заседаний Координационных Советов по межрегиональному и приграничному сотрудничеству между КНР и РФ.

Научная новизна исследования.

Уточнены структура и параметры деловой культуры как общекультурного явления и продукта научного осмысления

Обобщены критерии классификации деловой культуры в зарубежной и отечественной литературе, что позволило определить специфику форм содержания, внешних и внутренних детерминаций китайской деловой культуры.

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.

В отечественную научную практику были введены работы 16 китайских авторов, которые не были ранее переведены на русский язык и которые являются основанием описания сущности и специфики китайской деловой культуры.²

Теоретическая значимость исследования:

Результаты исследования позволяют расширить и углубить теоретические знания морфологии китайской деловой культуры, раскрыть характер её целей и ценностей. Актуализация представленных типов классификации деловых культур имеет большую продуктивность в описании типов и особенностей проявления различных форм китайской деловой культуры. Результаты исследования обогащают теории менеджмента культуры, сравнительного менеджмента, межкультурной коммуникации, взаимосвязи и взаимообусловленности традиционных и инновационных сегментов в современной культуре.

Впервые, на наш взгляд, в отечественной культурологии деловая культура рассмотрена с точки зрения теории стратагемности.

²周重阳, 冯仁德(重庆商学院 工商管理系)我国商业文化建设中的问题分析及对策.商业研究, 1999年11月. Чжоу Чун'ян, Фэн Жэньдэ. (Анализ вопросов формирования деловой культуры Китая) Вого шан'е вэньхуа цзяньшэ чжун дэ вэньти фэнжи цзи чи дуйцэ // Шан'е яньцзю. - 1999.11 с. 120-122 - Кит. яз.; 孟铁(山西财经大学)论商业文化之内涵.山西财经大学学报, 1998年第2期. Мэн Те. (К вопросу о внутреннем содержании деловой культуры) Лунь шан'е вэньхуа чжи нэйхань // Шаньси цайцзин дасюэ сюэбао. - 1998. - №2 - Кит. яз.; 吴立蓉(北京市经济管理干部学院)商业道德滑坡的文化思考.经济师, 2001年№10. У Лижун (Размышления о падении нравственности в бизнес-культуре) Шан'е даодэ хуапэ дэ вэньхуа сыкао // Цзинцзиши. - 2001. - №10 - Кит. яз.; 张炎芬, 杨杏艺(山西师范大学)儒商精神及其现代价值.山西师大学报(社会科学版), 1998年7月. Чжан Яньсун, Ян Син'и (Конфуцианский коммерческий дух и его современная ценность) Жуншан цзиншэнь цзи чи сяньдай цзячжи // Шаньси шидэ сюэбао (Шэхуэй вэсюэбань). - 1998.07; 李学工(兰州商学院工商管理学院)商业街; 中华商业文化之魂. Ли Сюэгун. (Коммерческий путь: душа китайской деловой культуры) Шан'е цзе: Чжунхуа Шан'е вэньхуа чжи хунь - Кит. яз.; 王剑峰, 陈潋(杭州商学院)论商业广告的文化伦理责任.商业经济与管理, 1997年第2期. Ван Цзяньфэн, Чэнь Ман (О культурной и этической ответственности в коммерческой рекламе). Лунь шан'е гуангао дэ вэньхуа лунли цзэжэнь // Шан'е цзинцзи юй гуаньли. - 1997. - №2 - Кит. яз.; 胡峥/商业文化的内在形式与价值体系. Ху Чжэн (Внутренняя форма деловой культуры и система ценностей) Шан'е вэньхуа дэ нэйцзай синши юй цзячжи тиси // - Кит. яз.; 高涤陈(中国社会科学院财贸经济研究所)东西方商业文化差异与贸易.财贸经济, 1999年第8期. Гао Дичэнь Дунсифан шан'е вэньхуа ча'и юй мао'и (Различия деловых культур Востока и Запада в торговле). // Цай Мао Цзинцзи. - 1999. - №8 - Кит. яз.; 徐宪(重庆工商大学社会发展学系)略论商业实践中的文化因素.商业时代. Сюй Сянь (Кратко о культурном факторе в коммерческой практике) Люелунь шан'е шиньэчжундэ вэньхуа иньсу. // Шан'е шидай; 吴卫刚, 王竹园(中原工学院, 河南郑州)服装店营业礼仪与销售展示. - 经济师, 2003年第9. У Вэйган, Ван Чжунюань (О роли церемоний для расширения торговли на примере работы магазина одежды) Фучжундэнь ин-е ли-и юй шюшоу чжаньши - Цзинцзиши, 2003 - №9; 三十六计与管理/王胜群编著. - 北京: 当代世界出版社, 2006.3. Ван Шэнцзю (36 стратагем и управление) Саньшилюцзи юй гуаньли / Ван Шэнцзю бэньчжю. - Бэйцзин: дандай шицзе чубаньшэ, 2006.3; 三十六计商学院/孙岩编撰. - 北京: 中国长安出版社, 2005.9. Сунь Янь (Коммерческий институт 36 стратагем) Саньшилюцзи шансюэюань / Сунь Янь бэньчжюань. - Бэйцзин: Чжунго Чанань чубаньшэ, 2003.9; (Пер. Очирова О.Р.)

Практическая значимость исследования:

Результаты исследования могут быть использованы в качестве практических рекомендаций для представителей делового сообщества, а также в обеспечении многостороннего российско-китайского сотрудничества. Результаты исследования могут быть использованы при подготовке учебных пособий, разработке спецкурсов в рамках преподавания дисциплин: культурология, история и страноведение Китая, менеджмент, а также при подготовке специалистов в области организации и управления внешнеэкономической деятельностью, экономики предприятия и т.д.

Положения, выносимые на защиту:

1) Выявленный эпистемологический смысл различных научных направлений, изучающих феномен деловой культуры, позволил определить его концепт. Деловая культура – характеристика исторически обусловленной системы общепринятых форм делового взаимодействия, конвенциональных правил и норм поведения, отражающих существенные особенности национальной культуры.

2) На основе концептуализации критериев описания деловой культуры в научной литературе выявлены классификационные характеристики китайской деловой культуры.

3) Корреляция содержания китайских философских категорий с их европейскими аналогами позволяет:

- показать с помощью семантического анализа, что в китайском языковом сознании слово «生意» («шэн'и» «бизнес»), «коммерция» ассоциируется со смыслом жизни, рождением смысла, жизнеспособностью, жизненной силой, имеет позитивный смысл и формирует особую «культурную модель» китайского бизнеса;

- провести анализ содержания, структуры, функций китайской деловой культуры и показать их коррелируемость с европейскими понятиями цели, принципа, правилами ведения бизнеса, которые можно рассматривать в качестве аналогий;

- систематизировать китайские философские фундаментальные категории, работающие в контексте делового взаимодействия, такие как «仁» («жэнь» (гуманность), «禮» «ли» (ритуал), «義» «и» (долг) и др.

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

5) Китайская стратегичность – это культурный феномен, под которым мы понимаем:

- наличие специфического сознания и мышления, названного стратегичным, которое проявляется как сплав личностных качеств, направленных на получение результата и преимущества посредством построения комбинаторных планов;

- наличие социально поощряемых и культурно транслируемых паттернов поведения, созданных на основе известных в китайской культуре 36 стратегий;

- тысячелетнюю рефлексию практического опыта и практики применения стратагем в образе жизни и в разнообразных сферах жизни;
- эволюцию стратагемности, которая сопровождается её детальной систематизацией и доведением её до уровня науки и вовлечением в образ жизни больших слоёв населения и в культуру в целом;
- наличие в китайской культуре социальных институтов (от семьи и семейного воспитания до различных видов социальной организации), культивирующих данное явление.

Апробация работы.

Основные положения диссертации отражены в научных статьях и выступлениях на научно-практических конференциях, симпозиумах, съездах (Чита, Хулуьбуир КНР, Улан-Удэ, Уфа). По темё диссертации опубликовано 8 статей в научных сборниках, в том числе в международном научном сборнике «Трансграничье в изменяющемся мире» Чита – Хулуьбуир, октябрь 2005 года, в сборнике научных докладов V Всероссийского съезда востоковедов в г. Уфе 26-28 сентября 2006 года, в сборнике материалов международной научно-практической конференции «Трансграничье в изменяющемся мире: Россия, Китай, Монголия (политика, экономика, право, культура, экология, образование)» в г. Чите 18-20 октября 2006 года. Отдельные положения диссертационной работы включались в лекционные курсы в Центре повышения квалификации руководящих работников ЗабГГПУ им. Н.Г. Чернышевского, на кафедре китайского языка ЗабГГПУ им. Н.Г. Чернышевского. Материалы данного исследования использовались на практических занятиях и семинарах среди студентов факультета иностранных языков ЗабГГПУ.

Структура и объём работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность избранной темы исследования, определяются теоретические и методологические предпосылки, сформулированы объект, предмет, цель, задачи исследования, методы исследования; отражены научная новизна, теоретическая и практическая значимость полученных результатов; изложены основные положения, выносимые на защиту. В первой главе «Теоретико-методологические основы исследования феномена деловой культуры» представлен анализ теоретико-методологических подходов к определению «деловая культура» в отечественной и зарубежной литературе. В первом параграфе «Концептуализация понятия «деловая культура», способы и подходы исследования» раскрывается содержательная сторона исследуемого понятия, выявляются способы и подходы его анализа в русской, английской и китайской исследовательских литературах, выявляется эпистемологический потенциал различных научных направлений в определении её структуры и параметров функционирования.

Деловая культура становится предметом научного осмысления в зарубежной литературе в конце 50-х – начале 60-х гг. XX века, а в отечественной – после 90-х гг. XX века.

В нашем исследовании используется системный подход как основной метод, позволяющий в культурологическом научном поле интегрировать разнообразные

аналитические процедуры по изучению явления деловой культуры. Разнообразие этих процедур свидетельствует о многоаспектности и богатстве изучаемого нами феномена.

Философский подход реализуется как исследовательская база для выявления онтологического (сущность деловой культуры), этического (нормы в деловом взаимодействии), но, прежде всего аксиологического (соотношение ценностей и практической выгоды) аспектов деловой культуры. Данные теоретические положения получили свою практическую реализацию: были сформулированы правила поведения современного делового человека «Принципы бизнеса», принятые и подписанные в городе Ко (Швейцария) в 1994 году представителями ведущих транснациональных корпораций мира.

Социологический подход рассматривает функционирование культуры в контексте социально-экономических процессов, институтов, субъектов деятельности. Отечественными исследователями данного феномена выделялись следующие критерии ее определения: предмет деловой активности, цель, форма, тип взаимодействия и место субъекта, где основной фигурой является предприниматель. Социологический подход актуализирует гендерные исследования деловой культуры, поскольку увеличивается количество женщин, занятых в сфере бизнеса. Он также позволяет рассмотреть соотношение религии и деловых отношений. Их корреляция в обществах разного типа на разных этапах исторического развития заметно дифференцирована. Если в аграрных обществах, где религия обычно является доминирующей или даже единственной идеологической системой, это влияние может быть очень сильным и определять ценности в обществе, то в современном обществе оно значительно слабее. Тем не менее, в современной науке признается важность влияния религиозного фактора на развитие бизнеса.

Применение семиотического подхода позволяет раскрыть предмет исследования в качестве многослойного текста, в котором зафиксирован в письменном и устном виде опыт поколений, результаты коллективного труда, способ видения мира. Символический анализ раскрывает деловую культуру как совокупность знаков, которые выступают пространственными и временными маркерами в процессе делового взаимодействия.

Системно-структурный подход раскрывает структуру деловой культуры, которая предстает в виде совокупности ценностей, норм, символов и знаний, отражающихся в мышлении, представлениях, восприятии и особенностях поведения и относящихся к конкретному типу общества.

В научной литературе выделяются различные типологии систем ценностей деловой культуре, отражающие их структуру. Прежде всего, они организованы в подсистему ориентаций, которые в свою очередь подразделяются на базовые и периферийные. В зависимости от источника социального взаимодействия и масштаба социальной общности, они организуются как индивидуальные, групповые, социокультурные, общественные, цивилизационные и общечеловеческие. По своей функциональной направленности выделяются два основных вида ценностей: ценности-цели (самореализация, материальный достаток, жизнь) и ценности-средства (прибыль). Так как мы говорим о сфере бизнеса и делового взаимодействия, следует признать, что во всех национальных деловых культурах основными ценностями являются деловой успех (увеличение прибыли, развитие, рост, расширение

дела), сопутствующие ему материальные блага (недвижимость, машина и др.), уважение окружающих, деловая репутация, социальное признание, авторитет и т.д.

В системе норм деловой культуры основной категорией является «норма», т.е. стандарт, правило как форма нравственных требований, регулирующих поведение людей. Нормы складываются в системы, записываются в своды и кодексы правил. Помимо формальных, в деловой культуре существуют неформальные нормы. Важнейшей структурной единицей деловой культуры, в которой фиксируется информация для трансляции в текущем времени (синхронно) и исторически из поколения в поколение (диахронно), является система знаний. Фиксация социального знания отличается от прочих видов «запечатления» гибкостью и разнообразием знаков, которыми оно записано, т.е. эти знания поступают к нам из письменных источников, невербальных источников, подражания и т.д.

Применение деятельностного подхода дает возможность проанализировать ментальный пласт деловой культуры, применяя общенаучные категории «цель» и «средства». Это позволяет определить деловую культуру как способ самоорганизации и самомотивирования людей, направленный на все большую эффективность извлечения прибыли.

Вышеуказанные подходы позволяют концептуализировать содержание понятия «деловая культура», которое определяется автором как характеристика исторически обусловленной системы общепринятых форм делового взаимодействия, конвенциональных правил и норм поведения, отражающих существенные особенности национальной культуры.

Во втором параграфе «Классификация и основные параметры деловых культур» предпринята попытка выявления внутренней структуры и характеристик деловой культуры. Она осуществлена на базе анализа концепций ряда зарубежных авторов и обобщения существующих критериев классификации деловых культур в научной литературе.

В начале 80-х годов XX века учеными предпринимаются попытки классификации типов деловых культур, определяются классификационные параметры. В настоящее время наибольшее признание получили пять параметров классификации культур, предлагаемых Г. Хофстеде. Он выделил четыре критерия, по которым можно классифицировать культуры: индивидуализм – коллективизм (ориентирование на индивидуальные и коллективно значимые цели и интересы); дистанция власти (уровень социальной дистанции между вышестоящими и нижестоящими в социальной иерархии); избегание неопределенности (нормы и ценности данной культуры в контексте постоянно изменяющихся нестандартных ситуаций); маскулинность – феминность (уровень маскулинности и феминности в обществе).

Данные критерии были позднее дополнены другими, которые позволяют уточнить специфику и структуру восточной деловой культуры. Для объяснения специфики, которых в 1988 году Г. Хофстеде вместе с М. Бондом предложили самый культурообразующий, на наш взгляд, критерий – «конфуцианский подход к труду» или «конфуцианский динамизм». Этот критерий имеет комплексный характер и отражает характер трудовых ориентаций, преобладающих в культурах стран Юго-Восточной Азии, такие как бережливость, постоянство в отношениях с организацией, строго иерархические отношения, безусловную лояльность по отношению к своей организации и полную идентификацию с ней, чувство долга и

стыда как механизм внутреннего социального контроля. Вышеуказанный критерий имеет другое название: краткосрочность/долгосрочность ориентаций. Это название связано с характеристикой данного параметра, при котором люди ориентированы либо на высокий уровень сбережений и на получение результата своей деятельности в отдаленном будущем, либо на получение результата немедленно и на низкий уровень сбережений.

По нашему мнению, данный параметр Г. Хофстеде совпадает с критерием «связанные – несвязанные культуры», предложенный Г. Триандисом, который отражает характер отношения личности к конформизму и неконформизму. Однако допустимость неконформного поведения и степень жесткости формальных и неформальных санкций по отношению к девиантам очень различны. К «несвязанным» культурам относятся такие типы, в которых отсутствует жесткое требование конформного поведения, и вполне допускаются отклонения, не переходящие определенных рамок. К «связанным» культурам относятся культуры, в которых требуется жесткое следование определенным образцам и нормам поведения.

Следующий критерий «открытость – закрытость по отношению к переменам», предложенный Ш. Шварцом, имеет сходные характеристики с комплексным «конфуцианским динамизмом», но является более конкретным и позволяет различать культуры, характеризующиеся стойким консерватизмом, что проявляется в сохранении семейных устоев, уважении к традициям, в высокой ценности социальной иерархии и официальных статусов, достигаемых через формальное образование. Открытым к переменам культурам свойственны интеллектуальная свобода индивидов, доминирование эгалитарных ценностей: свобода, равенство, социальная справедливость.

Предложенный американским исследователем П. Андерсеном критерий «контекстуальность культуры» позволяет рассмотреть роль невербальных коммуникаций в деловой культуре. В западных деловых культурах основная часть информации передается посредством письменной и устной речи. Такие деловые культуры занимают низкий рейтинг на этой шкале контекстуальности. Высокие показатели по данной шкале занимают культуры, в которых содержание передаваемого сообщения в значительной степени зависит от ситуации, в которой происходит передача информации, причем для каждой ситуации существуют свои собственные средства языка. В таких ситуациях большее значение имеют жесты и одежда (японская деловая культура). В низкоконтекстуальных культурах роль ситуации также имеет значение. Разница между проведением различий по данному критерию заключается в том, что в высококонтекстуальных культурах существуют четкие и однозначно понимаемые всеми членами культуры правила, связывающие вербальные и невербальные коммуникации в единый код. В низкоконтекстуальных культурах (американская и русская деловые культуры) таких четких правил не существует, и роль ситуации учитывается скорее на уровне интуиции, в таких культурах сходные ситуации разными людьми могут трактоваться по-разному.

Критерий, обозначенный как шкала непосредственности, характеризует уровень психической и физической дистанции между партнерами в ходе вербальной коммуникации. Данный критерий позволяет различать деловые культуры, где при непосредственных контактах принято использовать приемы, понижающие психологическую дистанцию между партнерами – мимику, использование свободной

речи, сокращение пространственной дистанции, а также деловые культуры, где принято сохранять социально-психологическую дистанцию.

Критерий «образцовые переменные», предложенный Т. Парсоном, охватывает пять параметров (аффективная активность или нейтральность, ориентация на предписанный или достигаемый статус; партикуляризм/ универсализм; диффузность/ специфичность отношений; коллективизм/ индивидуализм).

Значительный интерес для нашего исследования представляет классификация Э. Холла, который выявляет такие параметры как: контекстность культуры; монохромность/ полихромность, т.е. отношение ко времени; ориентация на прошлое-настоящее-будущее; быстрая / медленная коммуникация – позволяет дать оценку характеру коммуникаций внутри культуры; большое/ малое – характеризует структуру личного пространства; сильная / слабая тенденция к завершению проектов – дает представление о нормативных требованиях к завершению проектов.

Известный британский культуролог Ричард Д. Льюис ввел три важных критерия сопоставления культур. Это критерии отношения ко времени, отношения к информации, отношения к власти и, основываясь на этом, выделил три типа: моноактивные (линейно-организованные), полиактивные и реактивные. Льюис считает, что деловые культуры могут быть разделены на три группы: моноактивные, ориентированные на задачу (task-oriented), четко планирующие свою деятельность; полиактивные, ориентированные на людей (people-oriented), словоохотливые и общительные; реактивные, интровертивные, ориентированные на сохранение уважения (respect-oriented listeners). Он относит китайскую деловую культуру к реактивному типу. По нашему мнению, эта характеристика позволяет полнее раскрыть явление страгемности, которая наблюдается во взаимодействии с представителями китайской деловой культуры.

Мы представляем деловую культуру как совокупность элементов, каждый из которых поддается процедуре качественного измерения. Они могут быть оценены с позиций соответствия существующим эстетическим, технологическим, инновационным нормам и стандартам. Таким образом, одна концепция характеризуется подходом к определению деловой культуры, основывающимся преимущественно на объективных, качественно технократических характеристиках, которые находятся в определенной эволюции. Другая концепция объединяет различные подходы к понятию деловая культура, концентрирующие наше внимание на духовных, историко-социальных, социокультурных и социо-психологических составляющих.

Проведенный анализ позволил выявить эпистемологический смысл различных научных направлений, изучающих феномен деловой культуры, позволил концептуализировать содержание понятия «деловая культура» в русской, английской и китайской исследовательских литературах, определить его концепт, уточнить структуру и параметры деловой культуры как общекультурного явления и продукта научного осмысления. Были обобщены критерии классификации деловой культуры в зарубежной и отечественной литературе, что позволило определить специфику форм содержания, внешних и внутренних детерминаций данного феномена. Мы представляем деловую культуру как характеристику исторически обусловленной системы общепринятых форм делового взаимодействия, конвенциональных правил и норм поведения, отражающих существенные особенности национальной культуры.

Глава вторая «Особенности китайской деловой культуры» посвящена концептуализации понятия «китайская деловая культура» и раскрытию специфики китайской деловой культуры, которая проявляется в его специфичном этико-ритуальном проявлении и активном использовании стратагемности.

В первом параграфе «Основные характеристики и параметры китайской деловой культуры» осуществляется кросскультурный анализ основных характеристик и параметров китайской деловой культуры. Проведена корреляция содержания китайских философских категорий с их европейскими аналогами.

Анализ исследовательский литературы показал, что основными сущностными характеристиками китайской деловой культуры являются связь с экономической деятельностью людей; характером социальных связей личности, своеобразие семантического кодирования личного пространства, нравственный кодекс поведения, устойчивые стереотипы сознания и поведения, сетевой характер делового социума.

В данном параграфе использованы аутентичные тексты современных исследователей на китайском языке, отражающие специфику деловой культуры. На основе сравнительного анализа дискурсов западной и китайской деловых культур выявлены корреляции их целевых установок и характеристик, а также наиболее сущностные отличия последней.

Семантический анализ понятий показал, что в китайском языковом сознании «бизнес», «коммерция» ассоциируется со смыслом жизни, рождением смысла, жизнеспособностью, жизненной силой, что несет позитивный смысл и формирует «культурную модель» китайского бизнеса в китайском языковом сознании. Такая модель воплощает представления китайцев о мире бизнеса, торговли, выражающиеся в слове «生意» «шэнь’и» торговля, коммерция. В социальном плане той области, в которой для китайцев сходятся богатство и счастье, стало семейное и клановое единение индивидуальных жизней. Деньги в китайском обществе являются одним из главных символов и средством выражения любви и чувства солидарности в рамках той же семьи, где первостепенное значение придается именно материальным интересам.

Модель китайской деловой культуры отличается глубоким символизмом. Деловое поведение пронизано символами. Символы как знаки, представляющие собой целый комплекс идей. С точки зрения китайской философии и ритуала, символ существует прежде и выше всего в самом сердце человека и лишь косвенно удостоверяется формализованными ритуальными жестами

Сущность китайской деловой культуры, ее воздействие на деловую систему и общество в целом находит выражение в ее функциях:

- трансляционная – передача делового опыта от поколения к поколению, обеспечение исторической преемственности;
- интегрирующая – развитие и удовлетворение потребностей и интересов людей и, прежде всего в деловом участии; выражение и согласование деловых интересов социальных групп и слов;
- гуманистическая – в целях формирования гармоничного социалистического общества «社会主义和谐社会» «шэньчжун хэсэ шэньчжун» в функцию деловой культуры входит задача обеспечить всестороннее строительство «全面建设小康社会» «цзоаньмянь цзяньшэ сяокан шэньчжун» и претворение конфуцианской идеи общества средней зажиточности «小康社会» «сяокан шэньчжун»;

- аксиологическая – связь различных ценностей между собой, с социальными и культурными факторами и структурой личности. Сохранение традиционных китайских ценностей и принятие признанных в мировом бизнес-сообществе деловых ценностей – это проявление понимания реалий того, что только на этой основе возможно успешно вести бизнес и развиваться;

- нормативная – регулирование посредством норм, правил деловой жизни, развитие психологии людей, формирование поведенческих установок.

Китайский деловой социум представляет собой проекцию китайской семьи. Его условно можно разделить на три концентрические сферы. Его ядро составляет семейный коллектив. Средняя сфера соответствует кругу друзей и доброжелательных знакомых, которые способны оказать помощь или услугу в различных делах. Во внешней сфере находятся чужаки – от незнакомых земляков до иностранцев, с которыми не ведется никаких дел. Эти три сферы различаются между собой по степени оказываемого им доверия. По мнению В.В. Малявина, они соотносятся с принципами доверия и недоверия в своего рода инверсивном порядке: недоверие к чужакам накладывается на прочное системное доверие, а доверие к «своим» накладывается на чувство подозрительности. Эти принципы китайского бизнеса определили формы деловой жизни китайцев - доминирование в китайском бизнесе семейных в своей основе предприятий, специализирующиеся на производстве одного вида продукции или оказании очень узкого спектра услуг, но вписанные в более широкую сеть смежных и обслуживающих друг друга предприятий. Процессы модернизации в китайских обществах капиталистического уклада не только не способствовали ослаблению этой традиционной для Китая формы организации бизнеса, но, напротив, скорее укрепили её.

Совокупная деловая культура Китая характеризуется «конфуцианским динамизмом», что означает высокую степень прагматизма; долгосрочность деловых ориентаций, высокая степень адаптивности к разным ситуациям.

Во втором параграфе «Этико-ритуальные традиции деловой культуры Китая» анализируются этико-ритуальные принципы построения исследуемого феномена. Это позволило систематизировать китайские философские фундаментальные категории, работающие в контексте делового взаимодействия, таких как «仁» «жэнь» (гуманность, благожелательность), «和» (приветливость, доброжелательность), «禮» «ли» (ритуал), «義» «и» (долг, справедливость), «順» «шунь» (покорность, послушание), «孝悌» «сяо ти» (сыновняя почтительность, благочестие, почитание старших) и др.

В китайской деловой культуре важную роль выполняет институт этико-ритуальных традиций. Традиции деловой культуры Китая проявляются в жестко фиксированных стереотипах и нормах поведения, детерминируют структуру китайского бизнеса. Они являются непреложными ценностями для всего общества с древних времен, определяют принципы человеческих взаимоотношений, влияют на восприятие мира китайцами и подменяют собой как религию, так и мифологию. Рассмотрение роли этики в деловых отношениях китайских предпринимателей позволило нам увидеть специфику нравственной и моральной составляющей китайской деловой культуры. В китайской деловой культуре, образ успешного бизнесмена связан с конфуцианским учением об идеале личности – «君子» (цзюнь-цзы) «благородном муже». Под этим понимается человек, обладающий «пятью добро-

«五德» (у чан), «五德» (у де): «仁» (жень) «гуманность, благожелательность», «禮» (ли) «благопристойность, ритуал», «義» (и) «долг, справедливость», «智» (чжи) «мудрость, знание» и «信» (синь) «верность, преданность».

Одна из основополагающих категорий китайской философии 仁 «жэнь» - «гуманность, человечность» при характеристике деловой культуры китайскими исследователями определяется как «благожелательность», под которой понимается характеристика человеческих отношений: к самим себе – как некое самопринуждение, к другим людям – как благожелательность, к родителям – как выражение «сыновей почтительности», к старшим – как уважение и братская любовь, к своим партнерам как лояльность и доверие. Эта фундаментальная категория китайской культуры считается одной из основ поведения и построения отношений в бизнесе.

Специфика китайской деловой культуры связывается с церемониалом (ритуал «ли»), который основан на конфуцианской этико-ритуальной традиции, закреплен в соответствующих принципах и нормах поведения.

Наблюдается проектирующее влияние философских текстов древней китайской цивилизации на становление и функционирование современной деловой культуры. Современная «программа построения гражданской нравственности» «公民道德» «гунминь даоде» в бизнесе составлена на основе конфуцианской «五常» «у чан» «пять постоянств»: любви к родине; соблюдения правил, искренности и доверия, сплоченности и доброжелательности, трудолюбия и бережливости, служение своему делу. Таким образом, модернизируются устойчивые параметры поведения и сознания, закрепленные в традициях китайской культуры.

Эти традиции сформировали характеристики совокупной китайской деловой культуры. В современной деловой культуре наблюдается взаимодействие традиций и инноваций, связанных с процессом модернизации в КНР, проведением открытой внешнеэкономической политики, а также наличием специфических территориальных конгломератов (Гонконг, Макао, Тайвань), ощутивших влияние диффузионных процессов. В настоящее время деловая культура Китая, несмотря на глобализационные процессы и сильное влияние развитой западной культуры, в значительной степени сохранила и пропагандирует свои традиционные ценности, продолжает функционировать в условиях определяющего влияния традиционных конфуцианских национальных традиций.

В ходе сравнительного исследования выделены три основных типа деловых культур Китая: континентальная деловая культура, деловая культура Гонконга, островная деловая культура Тайваня. Эти типы имеют разную степень выраженности характеристик общей деловой культуры Китая, что явилось критерием их типологизации. Совокупная китайская деловая культура имеет общий коллективистский характер. В китайской традиционной культуре человек всегда воспринимался, прежде всего, как член семьи, рода. Однако среди названных нами трех типов наблюдается различие по этому параметру. Континентальная культура характеризуется более высоким уровнем коллективизма, что объясняется объективными историческими и природно-географическими причинами. Тайваньская и гонконгская типы культур занимают на этой шкале более индивидуалистическую позицию. Формирование гонконгского типа деловой культуры как более индивидуалистической было обусловлено 99-летним нахождением под влиянием британской деловой культуры. Сочетание основных элементов британского индивидуализма с китай-

ским коллективизмом привели к образованию специфической формы, которую предлагается определить как одно из проявлений коллективизма. Такому типу присущи обращение к коллективизму как средству мобилизации человеческих ресурсов через корпоративную форму участия и средству социального контроля над индивидуумом, а индивидуализм рассматривается как источник инноваций, предприимчивости и целеустремленности. Одним из факторов стремительного экономического роста Гонконга является рождение этого сплава китайской и западной, прежде всего британской культуры, что привело к рождению нового типа деловой китайской культуры. Тайваньская деловая культура более других сохранила в себе конфуцианские традиции коллективизма, которые основываются на семейных интересах. Однако в связи со своей экономической открытостью испытала сильное влияние американской индивидуалистской деловой культуры. На шкале «индивидуализма-коллективизма» она занимает более индивидуалистическую позицию.

Таким образом, современная китайская деловая культура детерминирована синтезом содержательной целостности и формальных различий. Эта дихотомия проявляется в наличии, с одной стороны, общей этико-религиозно-философской традиции конфуцианства и даосизма, обуславливающих ее философичность, прагматичность, преемственность, стратегию и т.д., а с другой, локально-региональных вариантов.

В третьем параграфе «Стратегичность как специфика китайской деловой культуры» был осуществлен текстовый анализ традиционных классических китайских источников, таких как «Военный трактат Сунь-цзы», «Тридцать шесть стратегем», «Троецарствие», «Хань Фэй-цзы» и др., а также современных работ отечественных и зарубежных исследователей, китайских деловых бумаг, деловой переписки, законодательных актов. Интерес научной и деловой общественности к изучению стратегем был детерминирован двумя причинами: успехами китайской политической и деловой элиты в получении и приобретении преференций и преимуществ, а также опыт национальной научной рефлексии данного явления. Несмотря на то, что в самом Китае в последнее время появилось достаточно много литературы по этой теме, она остается практически неосвещенной в российской науке. До недавних пор тема о стратегемах держалась в секрете от иностранцев.

Китайская стратегичность («智谋性» «чжимоусин») проявляется в наличии социально поощряемых и культурально транслируемых паттернов поведения, созданных на основе известных в китайской культуре 36 стратегем, что явилось результатом тысячелетней рефлексии практического опыта. В Китае искусство составления стратегем всегда оценивалось очень высоко. Высшие чиновники Китая должны были владеть в совершенстве стратегемами и применять умело их в своих замыслах, выстраивая хитроумные планы. Стратегемы были распределены по категориям и получили собственные названия. Знание древних стратегем, умение применять их в соответствии с обстоятельствами и временем настолько гармонично вошло в практику китайцев, что стало изысканной традицией. Она характеризует не только деловую культуру, но и повседневный образ жизни.

Составление хитроумных планов, разработка уловок, введение противника в заблуждение – это умения, которые могут быть обнаружены и в других культурах. Однако только в Китае выработка и применение стратегических планов за многие тысячелетия достигли уровня искусства и науки, были закреплены в научных

трактатах. Объяснение этого факта заключается в специфике китайского менталитета и объективных причинах культурно-исторического развития этноса.

Среди факторов, способствовавших развитию стратагемности как черты китайского национального характера, явилось конфуцианство, которое поощряло развитие умственных способностей. Они являлись необходимым качеством совершенного человека. Владение искусством составления стратагем было свидетельством высокой одаренности. Древнекитайские источники свидетельствуют о распространенности среди большого числа придворных ученых и философов практики составления стратагем.

Эволюция стратагемности сопровождалась её дальнейшей систематизацией и доведением её до уровня науки. Она пронизывает образ жизни больших слоёв населения, имплицитно присутствует в разных формах социализации от семейного воспитания до различных видов социальной организации.

Таким образом, китайская стратагемность – это культурный феномен, который является одной из важных характеристик китайского сознания и мышления, сплавом психологических качеств, направленных на получение результата и преимущества посредством построения комбинаторных планов. В формальном плане это функционирование социально поощряемых и культурально транслируемых моделей поведения. Особенностью современной китайской стратагемности является его институциональный статус, что проявляется в активной пропаганде, открытом позиционировании и распространении во всех сферах культуры.

В заключении подводится итог диссертационного исследования, формулируются теоретические выводы. По мнению автора, в дальнейшем, необходимы исследования по типологии китайских деловых культур, а также анализ стратагемных ситуаций во внекитайской среде.

Основные положения диссертации изложены в следующих публикациях:

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК

1. Очиров О.Р. Семантический анализ понятия «стратагема» и формирование понятия «стратагемность» в современном китайском языке // *Вестник Бурятского государственного университета. Серия 8: Теория и методика обучения в вузе и школе. Вып. 11.* – Улан-Удэ: Изд-во Бурятского государственного университета, 2006. – С.271-278. (0,7 п.л.)

Статьи, тезисы:

2. Очиров О.Р. Межкультурные проблемы восприятия, понимания и интерпретации китайского делового текста // *Филологическое образование в вузе и школе: традиции и перспективы. Материалы рег. науч. практич. конференции. В 2-х частях. Ч.2* – Изд-во ЗабГТПУ, 2004. - С.17-22. (0,3 п.л.)

3. Очиров О.Р. Теоретико-методологические основы исследования феномена деловой культуры (культурологический аспект) // *Трансграничье в изменяющемся мире: сборник статей. Ч.1.* – Чита-Хулуьбуир: Изд-во ЗабГТПУ им. Н.Г.Чернышевского, 2005. — С.51-56. (0,7 п.л.)

4. Очиров О.Р. К вопросу о роли китайской деловой культуры // Молодая наука Забайкалья: аспирантский сборник Ч.1. // Заб. гос. гум.-пед.ун-т.-Чита,2006.– С. 153-158. (0,4 п.л.)

5. Очиров О.Р. Эстетический компонент китайской деловой культуры// Художественное образование, эстетическое воспитание и культура в XXI веке. Материалы межд. науч. практич. конференции. 11-12 мая 2006. Сборник науч. статей: Изд-во ЗабГГПУ, 2006. Ч.2. – С.45-51. (0,5 п.л.)

6. Очиров О.Р. Особенности китайской деловой культуры // Восток в исторических судьбах народов России. Книга 3. Материалы V Всероссийского съезда востоковедов, 26-27 сентября 2006 г. – Уфа , Изд-во Вили Окслер, 2006. – С. 68-72. (0,4 п.л.)

7. Очиров О.Р. 关于东西方商业文化差异的若干思考 Гуаньюй дунсифан шан-е вэньхуа ча-и дэ жогань сыкао (Размышления о некоторых различиях восточной и западной деловых культур) На кит. яз // Трансграничье в изменяющемся мире: Россия – Китай – Монголия. Теоретико-методологическое осмысление феномена трансграничья, региональная экономика, международное сотрудничество. Материалы межд. науч. практич. конференции, 18-20 октября 2006 г. – Чита, Изд-во ЗабГГПУ, 2006 г – С.279-283. (0,5 п.л.)

8. Очиров О.Р. Китайская деловая культура в парадигме трансграничья// Трансграничье в изменяющемся мире: Россия – Китай – Монголия. Культура и искусство трансграничья, язык и межкультурные коммуникации. Материалы межд. науч. практич. конференции, 18 – 20 октября 2006 года. – Чита, Изд-во ЗабГГПУ, 2006. – С.298-306. (0,7 п.л.)

Подписано в печать 24.11.06. Формат 60×84/16.
Гарнитура «Times». Бумага офсетная. Способ печати оперативный.
Усл. печ. л. 1.2. Уч.-изд. л. 1.2. Заказ № 12906. Тираж 100 экз.

Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический
университет имени Н.Г. Чернышевского
672007, г. Чита, ул. Бабушкина, 129

