

**Кагальникова Анастасия Вячеславовна**

**ОСОБЕННОСТИ ЯПОНСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ  
ПОТРЕБЛЕНИЯ И ПРОИЗВОДСТВА  
(НА ПРИМЕРЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ «JIT»)**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата культурологии

Москва – 2018

Работа выполнена на кафедре японского, корейского, индонезийского и монгольского языков Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации»

Научный руководитель:

доктор культурологии, доцент, доцент кафедры японского, корейского, индонезийского и монгольского языков Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации»

**Гуревич Татьяна Михайловна**

Официальные оппоненты:

доктор филологических наук, профессор, член-корреспондент РАН, заведующий отделом языков Восточной и Юго-Восточной Азии, руководитель Научно-исследовательского центра по национально-языковым отношениям Федерального агентства научных организаций России «Институт языкознания РАН»

**Алпатов Владимир Михайлович**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

**Боброва Ольга Сергеевна**

Ведущая организация:

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»**

Защита состоится «\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г. в \_\_\_\_ в ауд. \_\_\_\_\_ на заседании диссертационного совета Д 209.002.09 (философские науки и культурология) на базе Московского государственного института международных отношений (университета) МИД России.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в научной библиотеке им. И.Г.Тюлина МГИМО МИД России по адресу: 119454, г. Москва, проспект Вернадского, 76 и на сайте: [www.mgimo.ru](http://www.mgimo.ru).

Объявление о защите диссертации и автореферат диссертации размещены на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации по адресу: <http://vak.ed.gov.ru/>

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.

**Ученый секретарь  
диссертационного совета**

**кандидат философских наук  
Д.Н. Белова**

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Возможность выразить и реализовывать себя различными способами позволяет каждому члену общества принимать активное участие в формировании многообразия культур, в каждой из которых проявляются свои специфические черты. Они создают в сознании индивида своеобразную модель восприятия и отношения к различным культурным элементам. Подобные культурные особенности представляют собой либо плодотворную почву для развития новых зародившихся самостоятельно или заимствованных из других культур элементов, либо являются губительным фактором, лишаящим новый продукт возможности прижиться в том или ином обществе.

Япония в ходе своего развития периодически попадала под влияние континентальной культуры, главным образом, китайской. Это влияние отражалось на многих сторонах жизни японского общества. В результате этого определились и традиции японской национальной культуры потребления и производства: поглощённые элементы чужеземной культуры практически никогда не обретали собственного свободного бытия в Японии, они творчески перерабатывались и включались в японскую культуру. Сохранение гармонии и равновесия в процессах потребления и производства — культурная особенность японского общества, проявляемая на протяжении всего его исторического развития, независимо от рассматриваемого элемента.

Под «потреблением» в исследовательской работе понимается использование заимствованных культурных продуктов<sup>1</sup> в процессе удовлетворения потребностей социума. Под «производством» — процесс создания материальных и нематериальных благ<sup>2</sup>, необходимых для существования и развития японского общества. «Культурная особенность» в контексте данного исследования — это специфическая черта, не являющаяся универсальной или общепринятой для всех культур. Автор не определяет её как «уникальную», так как уникальность предполагает единственность в своём роде, неповторимость<sup>3</sup>, судить о которых проведенное исследование не позволяет.

Автор изучает особенности японской национальной культуры, ограниченной территорией государства, на которой проживают японцы.

---

<sup>1</sup> Под «продуктом» понимается любой материальный / нематериальный элемент культуры.

<sup>2</sup> Под «благом» понимается то, что способно удовлетворять повседневные жизненные потребности людей, приносить им пользу, доставлять удовольствие.

<sup>3</sup> Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов; под ред. Л.И. Скворцова. — 28-е изд., перераб.— М. : Мир и Обозование, ОНИКС. 2012.

### **Актуальность диссертационного исследования.**

Прагматичный, рациональный подход и компромиссное восприятие ранее чуждых японской национальной культуре иноземных элементов являются одними из основных черт, заложенных в коде данной культуры и проявляющихся в процессе межкультурной коммуникации. Японское общество выступает активным потребителем не столько материальных, сколько нематериальных элементов других национальных культур, что позволяет называть его «обществом потребления». В рамках данного исследования японский социум рассматривается не как общество потребления товаров и услуг, но как общество потребления, относящихся к другим национальным культурам нематериальных элементов и их материальных посредников<sup>4</sup>.

Потребление японцами иноземных культурных элементов сопровождается процессом трансмутации, при котором усвоение неизбежно предопределяет производство нового продукта, основными составляющими которого выступают заимствованный элемент и исконно японские традиции и нормы. Главным стимулом для реализации описанного выше процесса становится стремление к развитию национальной культуры, самосовершенствованию, сопровождаемому попыткой создания недвойной модели двух выше представленных объектов и, как результат, самобытного культурного элемента.

Таким образом, рассматриваемая в исследовании культура потребления, представляющая собой совокупность элементов и черт, регулирующих потребление продуктов, которые относятся к чужеземным культурам, является неотъемлемой частью японской национальной культуры.

Существующие в японской культуре потребления свои нормы, ценности и традиции, безусловно, имеют ощутимую принудительную силу - они регулируют, каким образом должен происходить процесс потребления чужеземного культурного продукта. Так, в японской национальной культуре потребления одним из условий оказывается производство в потребляемом продукте новых функциональных качеств, также регулируемое материальными и духовными ценностями, заложенными в японской национальной культуре производства.

Японская национальная культура потребления и производства постоянно претерпевает процесс изменений: акцент смещается то на потребление, то на производство, так как на каждом историческом этапе происходят процессы, неизбежно влияющие на неё.

Исходя из того, что статика и динамика культуры напрямую связаны с человеком (её потребителем и производителем) и его деятельностью, поддерживать жизнеспособность и

---

<sup>4</sup> Под «материальным посредником» понимается материальный объект, через который транслируется нематериальный (духовный) элемент культуры.

динамику развития нового элемента, заимствованного из чужеземной культуры, может лишь общество, особенности менталитета которого будут этому способствовать. По указанной причине обратное заимствование<sup>5</sup> часто оказывается крайне затруднительным.

Заимствованию подвергаются элементы как обыденной<sup>6</sup> культуры, так и специализированной<sup>7</sup>. Не являются исключением и производственные концепции, реализуемые в социумах с различными морально-ценностными базисами по-разному. Изучение национальных культурных парадигм, влияющих на эффективность этих концепций, в условиях современной реальности, где бизнес-сфера испытывает всё большую потребность в культурологических рекомендациях, оказывается крайне актуальным.

В середине XX в. японской компанией «Тойота» была заимствована логистическая концепция «JIT» («Just in Time» - «Точно в срок»). Донором выступила американская компания «Форд Мотор Компани». Благодаря особенностям японской национальной культуры потребления и производства японцы смогли не только успешно внедрить заимствованную концепцию в свой производственный процесс, но и превратить её в комплексную философию труда с непрерывным совершенствованием. В результате, находившаяся к 1952 г. на пороге банкротства компания «Тойота» в течение нескольких лет стала крупнейшим мировым автомобильным производителем и остаётся таковым до сих пор, что сделало рассматриваемую в исследовании концепцию предметом активного заимствования неазиатскими компаниями, в том числе и российскими.

В условиях современных реалий невозможно игнорировать актуальные проблемы взаимодействия национальных культурных ценностей и развивающихся деловых отношений, поэтому исследование специфичности логистической концепции «JIT», определяемой особенностями японской национальной культуры потребления и производства, безусловно, актуально.

### **Степень разработанности проблемы.**

Особенности японской национальной культуры — вопрос, представляющий большой интерес и давно изучаемый различными учёными, как отечественными, так и зарубежными.

---

<sup>5</sup> Обратное заимствование — это процесс, в ходе которого заимствованный из другой культуры и адаптированный к реалиям культуры-реципиента элемент заимствуется у реципиента культурой, выступившей ранее его донором.

<sup>6</sup> Обыденная культура — это культура, не имеющая институционального закрепления, ограниченная сферой ближайшего окружения, первичных агентов социализации: семьи, друзей и других; совокупность аспектов повседневной социальной жизни и национальной среды, в которой человек проживает.

<sup>7</sup> Специализированная культура — это культура, получившая институциональное закрепление, охватывающая дальнейшее окружение человека, агентов вторичной социализации, связанная с формальными отношениями и профессиональной деятельностью.

Можно назвать такие имена, как В.М. Алпатов, С.А. Арутюнов, В.Н. Горегляд, Т.П. Григорьева, Т.М. Гуревич, Л.М. Ермакова, Н.И. Конрад, И.П. Лебедева, Н.Ф. Лещенко, А.Н. Мещеряков, Э.В. Молодякова, А.Ф. Прасол, Н.С. Семёнов, С. Иэнага, Х. Нагата, Х. Горо, Ю. Дайдодзи, Ц. Ямамото, Т. Вацудзи. Как правило, исследование японской национальной культуры сводится от общего к частному, сужаясь до вопроса о проявлении тех или иных особенностей японской культуры в конкретных её областях.

Изучение особенностей японской национальной культуры потребления и производства нематериальных элементов и их материальных посредников является достаточно новым как для японоведения, так и культурологии в целом.

Исследуемый в данной работе продукт японской национальной культуры потребления и производства, логистическая концепция «Just in Time», представляет собой одну из наиболее распространённых в мире «тянущих»<sup>8</sup> систем. Изучение этой производственной технологии является в России обязательным для студентов-экономистов. Достаточные сведения и знания об основах «JIT» и её главных принципах представлены в учебниках по логистике<sup>9</sup>, где эта технология подаётся, в основном, в контексте экономических показателей.

Ю.И. Ребрин, Д. Вумек, Д. Джонс, Д. Лайкер, Д. Майер рассматривают в своих работах «JIT» не только в рамках экономических показателей, но и как предмет философии менеджмента.

Особую ценность представляют труды Т. Оно - основоположника микрологистической системы «Камбан», являющейся одним из базовых элементов концепции «JIT», а также работы И. Масааки, Ё. Вакамацу, М. Ватанабэ, М. Хаяси, К. Симидзу.

Несмотря на наличие работ, посвящённых этой концепции, исследование «JIT» именно как продукта японской национальной культуры потребления и производства до сих пор не проводилось.

**Гипотеза исследования** заключается в том, что особенности японской национальной культуры потребления и производства определяют специфичность<sup>10</sup> логистической концепции «JIT».

**Область исследования** соответствует пункту 24.00.00 «Культурология» паспорта специальности ВАК 24.00.01 «Теория и история культуры», пункту 6.4.1. «Универсалии

<sup>8</sup> «Тянущая» логистическая система — это технология, при которой материальные ресурсы «вытягиваются» последующим участком с предыдущего по мере необходимости.

<sup>9</sup> Гаджинский А.М. Логистика: Учебник. М.: Дашков и К°, 2007; Логистика /под ред. Б.А. Аникина. М.: ИНФРА-М, 2002; Неруш Ю.М. Проектирование логистических систем. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2015.

<sup>10</sup> «Специфичность» в данном контексте синонимична таким понятиям, как «своеобразие», «нетривиальность», «оригинальность».

межличностного и межкультурного общения» и пунктам 6.4. «Проблемы лингвострановедения и лингокультуроведения» раздела 6. «Лингвистика и преподавание иностранных языков» приоритетных направлений научных исследований МГИМО МИД России.

**Объектом исследования** является японская национальная культура потребления и производства.

**Предметом исследования** выступают особенности японской национальной культуры потребления и производства, определяющие специфичность логистической концепции «JIT».

#### **Хронологические рамки диссертационного исследования.**

Для изучения кода японской культуры, черты которого составляют особенности национальной культуры потребления и производства, автор обращается к следующим периодам:

- дописьменный (с 10000 г. до н.э. по VIII в. н.э.);
- письменный (с VIII в. по начало XX в.);
- экранный <sup>11</sup> (с первой половины XX в. по настоящее время).

Изучение логистической концепции «JIT» охватывает период с середины XX в., когда этот элемент культуры был заимствован японцами из США, по настоящее время, так как данная концепция активно используется многими компаниями по сей день.

**Цель исследования** заключается в выявлении особенностей японской национальной культуры потребления и производства, определяющих специфичность логистической концепции «JIT».

Для достижения поставленной цели решаются следующие **основные задачи**:

- представить потребление и производство нематериальных элементов и их материальных посредников как неотъемлемые процессы культурной жизни японского общества;
- рассмотреть особенности японской национальной культуры потребления и производства нематериальных элементов и их материальных посредников: изучить её код, на основе чего выделить присущие ей специфические черты, передающиеся от поколения к поколению;
- проследить динамику культуры потребления и производства в японском обществе на основе ряда исторических фактов заимствований в результате межкультурной коммуникации, переработки и производства разнообразных нематериальных элементов и их материальных посредников с целью выявления новых специфических черт, формирующихся в ходе развития культуры потребления и производства;

---

<sup>11</sup> Экранный период - это период, в который основным носителем текстов культуры является не письменность, а экранность, транслируемая микропроцессорными информационными технологиями (телевизорами, компьютерами и другими).

- раскрыть понятие «JIT», описать принцип работы этой логистической концепции, представить её основные элементы, уделив особое внимание коммуникационному инструменту — микрологистической системе «Камбан»;
- рассмотреть корпоративную культуру японских компаний, использующих «JIT», и выделить в ней играющие доминирующую роль традиции, которые сложились под влиянием особенностей японской национальной культуры потребления и производства;
- уделить особое внимание стрессовым факторам и их последствиям в условиях использования японскими компаниями концепции «JIT».

**Научная новизна исследования** заключается в попытке выявления особенностей японской национальной культуры потребления и производства, определяющих специфичность логистической концепции «JIT». Исследование «JIT» как продукта японской культуры представляется новым и интересным для отечественной культурологии как самостоятельной социогуманитарной науки, поскольку в российской науке не проводится рассмотрение производства и потребления как социокультурных явлений, в то время как зарубежные ученые уже с конца XX века подошли к разработке этого вопроса.

#### **Теоретическая и методологическая основа исследования.**

В основу исследования положены концепции, содержащиеся в трудах современных отечественных и зарубежных учёных по теории и истории культуры, а также производственной системе компании «Тойота».

При рассмотрении особенностей японской национальной культуры потребления и производства основополагающими послужили работы таких исследователей, как В.М. Алпатов, С.А. Арутюнов, В.Н. Горегляд, Т.П. Григорьева, Т.М. Гуревич, Н.И. Конрад, И.П. Лебедева, Н.Ф. Лещенко, А.Н. Мещеряков, В.Э. Молодяков, Э.В. Молодякова, А.Ф. Прасол, Н.С. Семёнов, С. Иэнага, Х. Нагата, Х. Горо, Ю. Дайдодзи, Ц. Ямамото, Т. Вацудзи.

Изучение логистической концепции «JIT» как продукта культуры потребления и производства опирается на труды Т. Оно, Ё. Вакамацу, М. Ватанабэ, М. Хаяси, К. Симидзу, С. Синго, Д. Лайкера, Д. Майера, Д. Вумека, Д. Джонса, Ю.Б. Стоногиной, Л.Б. Кареловой.

Информативно-полезными ресурсами для проведения диссертационного исследования явились семинары Т.Саката («Тойота Инжиниринг Корпорейшн») «Кайдзэн — Новейшие заводы и система управления» (Санкт-Петербург, Японский центр, 20.05.2014); К.Томару («Тэн Корпорейшн») «Удовлетворение клиентов и управление предприятием» (СПб, Японский Центр, 8.12.2014); К.Цумагари и М.Сакаи («Ниссан Мотор Корпорейшн») «Кайдзэн как способ устранения препятствий внутри организации» (Москва, Японский Центр, 12-13.02. 2016).



В ходе работы для решения поставленных исследовательских задач были использованы следующие **методы**:

- анализ и синтез;
- индукция и дедукция;
- аксиологический метод;
- сравнительно-исторический метод;
- сравнительно-культурный метод;
- метод междисциплинарного синтеза.

**Теоретическая значимость** исследования заключается:

1. В изучении особенностей японской национальной культуры потребления и производства нематериальных элементов и их материальных посредников.
2. В подходе к изучению японской культуры с точки зрения различных кодов: дописменного, письменного и экранного.
3. В рассмотрении логистической концепции «JIT» с культурологической точки зрения как продукта японской национальной культуры потребления и производства.
4. В разработке междисциплинарного аспекта современного страноведения, базирующегося, с одной стороны, на культурологической дисциплине - теории и истории культуры и, с другой, - на прикладных аспектах таких дисциплин, как экономика и менеджмент.

#### **Практическая ценность исследовательской работы.**

Диссертационный материал может представлять интерес и быть полезным для руководителей различных предприятий, заинтересованных в успешном выборе метода корпоративного менеджмента и логистической концепции для своего производства. Результаты исследования дадут понимание того, какие черты, определяющие специфичность логистической концепции «JIT», необходимо культивировать во внутренней корпоративной среде с целью поддержания традиций культуры производства «JIT», что является важным фактором высокой эффективности этой концепции.

Практическая ценность работы состоит также в возможности использования её материалов при составлении специализированных учебно-методических пособий и лекционных курсов по логистике, менеджменту, истории и культуре Японии.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

- Главная особенность японской национальной культуры потребления и производства состоит в том, что потребление японским обществом нового продукта происходит путём его переработки и адаптации к культурным реалиям своей страны. Результат — внедрение уже

некой синтезированной модели: в потребляемом продукте традиционно реализуется производство новых полезных функциональных качеств, развиваемых японским обществом на основе заложенных в нём норм, ценностей и традиций. Как следствие, заимствованный объект обретает в Японии новую форму, становясь самобытным и выступая, в свою очередь, уже предметом заимствования для других культур.

- Одна из особенностей японской национальной культуры потребления и производства - динамичное движение по поступательно-возвратной траектории *дзюн-гяку* 順逆 «вперёд-назад», которое имеет циклический характер, отличающийся проявлением нестатичного равновесия «чужого-своего».

- Специфичность логистической концепции «ЛТ» определяется особенностями японской национальной культуры потребления и производства.

- Нематериальной основой культуры производства «ЛТ» являются традиционные ценности японской культуры.

- Логистическая концепция «ЛТ» представляет собой гармоничный синтез потреблённых из чужеземных культур элементов и продуктов, произведённых японцами самостоятельно.

**Апробация работы.** Основные положения диссертации апробированы на: VI ежегодной конференции Ассоциации японоведов «Япония в поисках новой глобальной роли» (Москва, МГИМО МИД России, 2013); VIII Конвенте РАМИ (Москва, МГИМО МИД России, 2014); VI международной научно-практической конференции «Современные концепции научных исследований» (Москва, 2014); VI-ой конференции молодых японоведов «Новый взгляд» (Москва, НИУ ВШЭ, 2014); конференции «Памяти Е.М. Пинус» (Санкт-Петербург, СПбГУ, 2014); VII конференции молодых японоведов «Новый взгляд» (Москва, НИУ ВШЭ, 2015); конференции «Япония: мир-традиции-перемены» (Санкт-Петербург, СПбГУ, 2016) .

**Структура и содержание работы** определяются поставленными целями и задачами. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографического списка, списка иллюстраций и приложений.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во введении** диссертации обосновывается актуальность проведенного исследования, освещается степень разработанности проблемы, научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, формулируется гипотеза и определяется область исследования, указываются его предмет, объект и хронологические рамки, теоретическая и методологическая основа, а также цели и задачи.

**В первой главе** «Традиционные черты японской национальной культуры потребления и производства» потребление и производство нематериальных элементов и их материальных посредников в результате межкультурной коммуникации рассматриваются как естественные процессы культурной жизни японского общества. В главе исследуются дописьменный и письменный коды японской культуры, на основе чего от общего к частному выделяются присущие японской национальной культуре потребления и производства традиционные специфические черты, передающиеся от поколения к поколению.

Первая глава состоит из двух разделов.

**В первом разделе** «Код дописьменной японской культуры» рассматривается код дописьменной культуры, которая формировалась под влиянием характерных для Японии природно-климатических условий. Вынужденное проживание в ограниченном пространстве, а также сложные климатические условия стали важнейшими факторами в формировании следующих черт японской культуры:

- коллективного образа мышления, осознанного отказа японцев от индивидуальной свободы ради общественных целей и интересов;
- общей тенденции к миниатюризации и точности, прагматизму и рациональности во многих областях жизнедеятельности;
- умения оперировать в малом пространстве и приводить его в высокоупорядоченное состояние;
- способности организовывать движение информационного потока с большой скоростью и минимумом искажений: точное и быстрое потребление, транслирование и производство информации;
- стремление жить настоящим мгновением, гармоничное, компромиссное существование во вселенной, следование принципу *ва* 和 «мир, согласие», который лёг в основу японской традиции решения противоречий путём компромисса, выбора золотой середины между разрушением и созиданием. Следствием характерного для принципа *ва* недурального

компромиссного восприятия реальности (*фун* 不二 «не два») стало формирование бинарного стиля поведения японцев, что сыграло важную роль в поддержании равновесия в японском обществе, где имеют место такие понятия и установки, как:

- противопоставление *хоннэ* 本音 «истинное намерение» и *татэмаэ* 建前 «озвучиваемая установка, приемлемая с точки зрения партнера», обусловившее привычку контролировать и скрывать свои истинные намерения, мысли и чувства с целью избежания прямых конфликтов;

- *омотэ* 表 «лицевая, внешняя сторона» и *ура* 裏 «изнанка, оборотная сторона», способствовавшие выработке привычки презентовать любой культурный элемент или явление исключительно с лицевой стороны, избегая демонстрации внутренних факторов;

- *сото* 外 «снаружи» и *ути* 内 «внутри» — привычка делить культурные элементы и явления, а также окружающих на «чужих» и «своих», что предполагает разный тип поведения.

В японской национальной культуре потребления и производства установление подвижного равновесия «чужого-своего» реализуется по принципу *дзюн-гяку* 順逆 «вперёд-назад». Неизменный путь «вперед/вверх» сопряжен с динамичным движением по поступательно-возвратной траектории *дзюн-гяку* «вперёд-назад», где одно произрастает из другого, и каждое явление выступает как причиной, так и следствием. Практически каждый процесс потребления и производства нематериальных элементов и их материальных посредников, осуществляемый японским обществом на протяжении всего его развития, имеет такой характер. Заимствование и потребление новых «чужих» культурных элементов — стремительное движение «вперёд», сменяется движением «назад» в сторону «своего» — японских культурных установок, в результате чего реализуется производство нового культурного продукта, основными составляющими которого выступают заимствованный элемент и исконно японские традиции и нормы.

**Во втором разделе** «Код письменной японской культуры» прослеживается динамика культуры потребления и производства на основе ряда исторических фактов заимствований японским обществом в результате межкультурной коммуникации, переработки и производства разнообразных нематериальных элементов и их материальных посредников — иероглифической письменности, буддийского и конфуцианского учений. Это позволило выявить специфические черты, формирующиеся в ходе развития японской культуры потребления и производства.

Одним из первых чужеземных продуктов, заимствованных японцами из Китая, стала иероглифическая письменность *кандзи* 漢字, представляющая собой элемент японской национальной культуры потребления и производства.

Адаптируя заимствованную систему письма, японцы прибегли к свойственному им компромиссу: стали записывать японские слова подходящими по звучанию китайскими иероглифами. Такая система письменности стала впоследствии исходным продуктом для производства самобытного культурного элемента — новой письменности *кана* 仮名 в виде ряда разновидностей, среди которых азбука *хирагана* ひらがな и азбука *катакана* カタカナ, активно используемые в японском языке и сегодня.

**Первый подраздел** «Буддийское учение как элемент японской национальной культуры потребления и производства» посвящён заимствованию Японией буддийского учения *буккё*: 仏教, ставшего идеологическим средством, отвечающим особенностям социального и политического развития японского общества в период формирования в стране централизованного государства (VI-VII вв.).

Заимствуя буддизм, японцам удалось найти компромисс между исконно японской религией *синто*: 神道 и новым для культуры Японии буддийским учением:

- прерогативы синтоистских божеств — *ками* 神 распространялись, прежде всего, на землю и её дары, на человека как элемента природного цикла. Буддизм регулировал, главным образом, социальные отношения «подданные-государственная власть». Таким образом, функциональную разницу между буддизмом и синтоизмом можно выразить как «культурное» vs «природное»;

- буддизм привнёс в японское общество то, что можно назвать «личностной этикой», отличной от «общинной этики» синтоизма, позволив японцам подойти к пониманию личности не в качестве совокупности характеристик предков, переходящей от одного поколения к другому, а как инстанции, ответственной за свои собственные поступки;

- буддизм достаточно быстро распространился в Японии благодаря наличию в нём элементов первобытной религии, тождественных традиционным японским верованиям, он вошёл в резонанс с ними и получил возможность широкого распространения.

Таким образом, функциональные различия буддизма и *синто*., принадлежащих изначально разным культурам, позволили этим двум элементам сосуществовать, дополняя друг друга. Соответствуя потребностям японского общества, оба этих продукта стали частью культурного производственного процесса. В результате, японская национальная культура пополнилась новыми нематериальными элементами такими, как, например, синто-буддийский синкретизм, а также их разнообразными материальными посредниками.

**Второй подраздел** «Конфуцианское учение как элемент японской национальной культуры потребления и производства» охватывает период правления клана Токугава (XVII-

XIX вв.) и посвящен анализу того, как морально-этическое учение Конфуция в результате процесса заимствования, адаптации, воспроизводства и потребления японским обществом стало важным элементом японской национальной культуры, сформировавшим в ней свои специфические черты, оказавшие влияние на культуру потребления и производства.

В исследовательской работе рассматривается неоконфуцианское учение китайского философа Чжу Си (1130-1200), которое, оказавшись привлекательным объектом потребления для японского общества в связи с особенностями социального и политического развития страны в период Токугава, с XVII в. получило статус государственной идеологии в Японии.

Олицетворяя собой синтез самосовершенствования и искусства управления людьми, конфуцианство оказалось в XVII-XIX вв. самым подходящим для японцев нематериальным элементом, способным поддержать гармонию в социуме. Прагматичный и рациональный подход к потреблению позволил в нужный момент обнаружить и перенять из китайской культуры то, что было способно идейно оправдать социальную иерархию и сохранить тем самым важное для японского общества равновесие. Конфуцианство нисколько не впадало в противоречие с играющими важную роль в жизни японского народа синтоизмом и буддизмом. Наоборот, благодаря специфическим чертам японской культуры был осуществлён своего рода синтез трёх культурных элементов, который можно выразить словами последователей школы «Ёсида синто»: 吉田神道: «Синто - ствол, конфуцианство - ветви, буддизм - листья единого дерева истинной веры»<sup>12</sup>. Этот постулат является ярким примером компромиссности, терпимости и взаимосвязи в японском обществе различных элементов как исконно зарождённых, иначе говоря «произведённых», в Японии, так и заимствованных извне, но адаптированных таким образом, что все вместе они образуют одно целое.

**Во второй главе** «Черты японской национальной культуры потребления и производства новейшего времени» с целью выявления новых специфических черт, формирующихся в ходе развития японской национальной культуры потребления и производства, прослеживается её динамика после революции Мэйдзи (с середины XIX в.) на основе ряда различных исторических фактов заимствований в результате межкультурной коммуникации, переработки и производства разнообразных нематериальных элементов и их материальных посредников. Изучается экранный код японской культуры с характерными для него новыми чертами, ранее не свойственными японской культуре, но приобретёнными в ходе активной межкультурной коммуникации.

---

<sup>12</sup> Семенов Н.С. Философские традиции Востока. - Мн.: ЕГУ, 2004. - С. 237.

Глава состоит из двух разделов.

**Первый раздел** «Японская культура потребления и производства после революции Мэйдзи (со второй половины XIX в.)» посвящен анализу некоторых процессов, происходивших в период с 1868 г., когда Япония была открыта после длительного периода изоляции, и начался исторический период, получивший название *Мэйдзи* 明治 «просвещённое правление». Явившееся очевидным превосходство западных держав в различных сферах жизни дало ясное понимание необходимости преобразования Японии на базе европейского опыта из феодальной страны в динамично развивающуюся промышленную державу.

Стремительное движение по поступательно-возвратной траектории *дзюн-гяку* «вперёд-назад», проявившееся в нестатичном равновесии «чужого-своего» стало основной отличительной чертой японской культуры потребления и производства в период с 1868 г. Практически каждый процесс потребления и производства, осуществляемый в то время в Японии, имел циклический характер, отличающийся достаточно сильными колебаниями: от практически полного принятия всего западного до категорического его отторжения.

В межкультурном диалоге Японии с другими странами в этот период особенно ярко проявились все три стадии, выведенные Ю.М. Лотманом в результате анализа процесса общения различных культур.

- Первая стадия: стремление одной из коммуницирующих культур освоить более богатое духовное наследие другой культуры.<sup>13</sup>

В результате открытия Японии после длительного периода изоляции от внешнего мира её общество пришло к осознанию собственной отсталости, ликвидация которой стала главной целью японского народа, что поначалу привело к резкому рывку в направлении *дзюн* «вперёд»: к безудержному массовому потреблению культурных элементов западных стран, находившихся на более высоком уровне развития.

- Вторая стадия: «присвоение» заимствованных идей, их своеобразная национализация, в процессе которой культура пытается «убедить» себя в том, что заимствованные из другой культуры идеи уже давно существовали в ней самой.<sup>14</sup>

С течением времени наметилась смена курса в обратном направлении - *гяку* «назад». В поисках сбалансированного равновесия для сохранения и положительной динамики собственной культуры японцы прекратили безудержное потребление всего западного, начав прагматично и рационально заимствовать исключительно те элементы, которые могли быть

<sup>13</sup> Лотман Ю.М. Избранные статьи: в 3 т. Т.1.: Статьи по семиотике и типологии культуры / Ю.М. Лотман. — Таллин : Александра, 1992. — 479 с.

<sup>14</sup> Там же.

полезными для производства самобытных культурных продуктов. Подобный избирательный подход способствовал стремительному развитию японской текстильной промышленности, типографии, промграфики, кинематографии, мультипликации и многих других сфер, основой которых стала ещё одна особенная черта японской культуры потребления и производства: принцип *вакон-ё:сай* 和魂洋才 «японский дух - европейские знания». Рациональное потребление продуктов группы *сото* «снаружи», а именно - различных достижений западной науки, происходило с оглядкой на национально-ориентированные моральные принципы, соответствующие сфере *ути* «внутри».

- Третья стадия: растущая неприязнь к той культуре, которая была донором ранее заимствованных культурных элементов<sup>15</sup>.

В ходе стремительного движения в направлении *гяку* «назад» в Японии развились националистические идеи, усилившие чувство отторжения от внешнего мира по принципу «мы-они» / «свой-чужие» и создавшие ощущение возможности обратной интеграции — теперь уже японских элементов в западную культуру.

Чем больше западная культура насыщала своими элементами японскую, тем большее отторжение она вызывала. Чувство отторжения сочеталось с экономическим подъёмом страны, позволившим японцам прийти к мысли, что их страна больше не нуждается в учителях, и сама уже может учить других.

Успешная модернизация Японии поставила страну на качественно более высокий уровень развития, чем её азиатские соседи, что позволило ей использовать свое экономическое и научно-техническое превосходство для достижения регионального господства путем внешней агрессии, рассматриваемой японскими лидерами как необходимая мера для получения статуса «мощной державы».

**Второй раздел** «Код экранной японской культуры» посвящен рассмотрению некоторых процессов, происходивших в период с первой половины XX в., когда было положено начало стремительному росту производства и потребления различных элементов массовой культуры.

Соединив заимствованную передовую техническую мысль с достижениями национальной массовой культуры, японцы смогли создать культурные продукты, успешно экспортируемые во многие страны, в том числе и западные. К ним относятся анимационные фильмы, комиксы, кинофильмы, компьютерные игры и ряд других продуктов.

Процесс глобализации во второй половине XX в. способствовал очередной смене курса японской культуры потребления и производства в направлении *дзюн* «вперёд». Началось

---

<sup>15</sup> Там же.



активное массовое потребление японским обществом продуктов культуры, главным образом, американской, что заметно модифицировало его, создав новые черты в коде японской экранной культуры, повлияв на рацион питания, привычки, быт, культуру одежды и пристрастия японцев.

Динамичное развитие японской культуры потребления элементов западной цивилизации оказало влияние, главным образом, на японскую молодёжь, являющуюся основным потребителем продуктов средств массовой коммуникации. Стремление молодёжи жить по западным канонам, в соответствии с которыми специфическими культурными чертами являются индивидуализм и свобода выбора личности, размывает японскую традиционную систему ценностей и расшатывает социальные устои общества, основу которого составляют семья, коллективизм, иерархичность и добросовестное отношение к труду.

Вопрос состоит в том, смогут ли в будущем сохраниться процессы традиционной социализации, поддерживаемые в Японии старшим поколением, или верх возьмут глобализационные тенденции, которых будет придерживаться молодёжь, заметно подверженная влиянию американской культуры. Будет ли очередная смена курса культуры потребления и производства в направлении *гяку* «назад», остаётся пока открытым вопросом.

**В третьей главе** «Логистическая концепция «JIT» как элемент национальной культуры потребления и производства в Японии» раскрывается понятие «JIT», описывается принцип работы этой логистической концепции. Изучаются её основные элементы такие, как «TQM», «LP», «TPS», «SMED», «5S» и другие, образующие все вместе гармоничный синтез потреблённых элементов чужеземных культур и продуктов, произведённых японцами самостоятельно. В главе рассматривается корпоративная культура японских компаний, использующих «JIT», и выделяются играющие в ней доминирующую роль традиции, которые сложились под влиянием особенностей японской национальной культуры потребления и производства. Особое внимание уделяется стрессовым факторам и их последствиям в условиях использования японскими компаниями концепции «JIT».

Глава состоит из шести разделов.

**В первом разделе** «Традиция преданных и доверительных отношений» рассматриваются характерные для японского общества принципы взаимного уважения и поддержки, связанные с такими моральными устоями, как чувство преданности, основанное на долге признательности, имеющем в японском обществе определённую градацию:

- долг - обязательство - *он* 恩 «благодетель» - категория долга, приобретаемая самим фактом рождения человека и пребыванием его на определённой территории;

- долг, приобретённый в процессе взаимоотношений - *гири* 義理 «долг», представляющий собой нормы поведения, которым необходимо следовать в общественных отношениях.

*Он* и *гири*, напрямую связанные с понятием «*татэмаэ*», что можно описательно перевести как «озвучиваемая установка, приемлемая с точки зрения партнера», можно рассматривать как моральную силу, которая обязывает японца следовать определённой модели поведения и принимать участие в какой-либо деятельности как члена общества, даже если он сам этого не желает. Важность этих понятий обусловлена тем, что в случае отказа выполнять свои обязательства человек теряет поддержку окружающих, играющую важную роль в жизни каждого японца, что затрагивает в японских компаниях не только вертикальные (между начальником и подчинённым), но и горизонтальные (между членами коллектива) отношения. Такие же отношения имеют место и между членами объединений *кэйрэцу* 系列 (букв. «система»).

*Кэйрэцу* — тесно связанная сеть компаний, сплетённая по принципу конфуцианской идеи единого живого организма, состоящего из «сердца» — основного предприятия и остальных «частей тела» — более мелких предприятий, объединённых вокруг него и тесно связанных, как с ним, так и между собой. Вместе все эти предприятия образуют гармоничную целостность, находясь в тесной взаимосвязи, что побуждает их поддерживать не только собственную жизнеспособность, но и жизнеспособность партнёра. Добросовестное исполнение каждым предприятием, входящим в *кэйрэцу*, своих обязанностей обуславливает успешное функционирование всей системы, где личное обогащение способствует обогащению её других элементов, и, как следствие, всего государства.

Однако стремление к обогащению, согласно морально-этическим нормам поведения в японском обществе, не должно нарушать религиозные истины, общечеловеческие, устоявшиеся за века принципы. Под влиянием самурайской этики *бусидо*: 武士道 «путь воина», согласно которому основными добродетелями являются верность, честность, вежливость и хорошая репутация, для японцев до сих пор важным остаётся сохранение репутации, а, соответственно, и доверия к себе со стороны партнёров и потребителей.

Поддержание традиции преданных и взаимоблагодарных отношений с производителями и потребителями позволяет создавать стабильный обмен точной информацией, совместную координацию планов и их реализацию, своевременный выпуск и поставку необходимой продукции в требуемом количестве на промежуточный или конечный этапы производства, что является одним из главных факторов успешной реализации логистической концепции «ЛТ».

**Во втором разделе** «Традиция обмена точными информационными данными» представлен созданный японцами карточный метод «Камбан» как коммуникационный инструмент производственной системы «JIT», а также описываются основные правила, соблюдение которых необходимо для успешного функционирования этой микрологистической системы.

**В третьем разделе** «Традиция коллективизма» групповой модус поведения, заложенный в японском культурном коде ещё в дописьменный период, рассматривается как превалирующий метод поддержания и развития японской корпоративной культуры, базирующейся на принципе *кё:рёку* 協力 «объединённые силы, совместные действия». На этом принципе строится японская этика коллективного труда, где каждое звено в цепочке несёт высокую ответственность за безупречное выполнение своей функции и, как результат, успешную реализацию всего производственного процесса.

В бинарном коде японцев важными концептами корпоративной культуры являются *ути* «внутри», *татэмаэ* «озвучиваемая установка, приемлемая с точки зрения партнера»; *гири* «долг» и *омотэ* «лицевая сторона». Компания воспринимается сотрудником как нечто личное, родное, поэтому ассоциируется с пространством *ути* «внутри», и её название всегда выступает основным фактором в самопрезентации индивида.

Вместе с тем, в отличие от семьи, также входящую в сферу *ути* «внутри», японская корпоративная культура подобно тому, как кодекс *бусидо*: не допускал для самурая открытого проявления своих личных переживаний, призывая к самообладанию и контролю над собственными чувствами, не предполагает проявления сотрудником *хоннэ* «истинных намерений», которые не только не отстаиваются, но даже не высказываются. Доминирующими являются признанные коллективом идеи и манера поведения, которые всегда соответствуют позиции руководства компании. Поддерживать эту позицию — *гири* «долг» каждого сотрудника.

Высокая степень унификации корпоративной культуры, ритуальный характер публичного поведения и этикета обуславливают в японском обществе сильную зависимость японцев от стороннего мнения, что тесно связано также с концептами «*сэкэнтэй*» 世間体 — внимание к оценкам, взглядам и мнениям окружающих, особенно к их мнению о себе, и «*хадзи*» 恥 — стыд.

Таким образом, сдержанность, самоконтроль, строгое выполнение предписанных инструкций и осознание того, что мнение и интересы коллектива приоритетны перед собственными, — доминанты решающего значения в японской корпоративной культуре, не

соотносящиеся с искренними чувствами *хоннэ*, основанные на чувстве страха «потерять лицо» перед своим окружением. Вместе с тем, именно они определяют успешное функционирование концепции «JIT» и поддерживают развитие одного из её важных элементов — теории управления «TQM» (Total Quality Management *со:го:тэки хинсицу канри* 総合の品質管理 «Всеобщее Управление Качеством»), предполагающей участие всего коллектива предприятия от топ-менеджеров до производственного персонала в непрерывном процессе улучшения качества изделий и производственного процесса в целом.

**В четвертом разделе** «Традиция непрерывного совершенствования» рассматривается берущая в Японии своё начало от морального кодекса *бусидо*: и выраженная в принципе *кайдзэн* 改善 «усовершенствование» традиция непрерывного совершенствования и повышения эффективности каждого объекта, субъекта или явления. Этому принципу должен следовать весь коллектив предприятия — от руководителя до производственного персонала. Система коллективного решения рабочих вопросов лишает топ-менеджера полноты власти, что, в принципе, соответствует японскому мировоззрению, основы которого нашли своё отражение ещё в японской мифологии, где в отличие от западной, нет единого творца мироздания. Вместе с тем, такая система обеспечивает топ-менеджеру искреннее уважение со стороны подчинённых, формируя у всех восприятие коллектива как одной большой команды, а не двух полюсов: начальник - подчинённые. Это способствует самопроизвольному установлению первоначального порядка, где каждый сотрудник так же, как и каждый элемент природы в мировосприятии японцев, наделён особой жизненной силой, помогающей поддерживать этот порядок и идти по пути совершенствования.

В процессе совершенствования производственной системы «JIT» сотрудники компании «Тойота» создали помимо карточной системы «Камбан», эффективную программу «SMED» («Single Minute Exchange of Dies» — смена штампа за одну минуту). Эта программа позволяет заметно сократить время, затрачиваемое на переналадку оборудования, что увеличивает гибкость всей производственной системы, давая возможность быстрее отреагировать на запросы покупателей и сократить объёмы запасов.

Практическая теория «5S», направленная на создание порядка на производстве, также зародилась в процессе совершенствования сотрудниками компании «Тойота» производственной системы «JIT». «S» — это первая буква пяти японских слов, которые обозначают действия, направленные на уменьшение «лишнего» и создание порядка на производстве, как с физической точки зрения (устранение мусора и отходов), так и с точки зрения порядка в организации управления:

1S — *Сэйри* 整理 «упорядочение, урегулирование» — разделение инструментов, материалов и всех прочих элементов производства на нужные и ненужные с целью избавления от лишнего.

2S — *Сэйтон* 整頓 «порядок, организованность» — расположение инструментов, материалов и оборудования, необходимых в процессе производства, таким образом, чтобы можно было их быстро и просто найти и использовать.

3S — *Сэйсо*: 清掃 «чистка, уборка» — соблюдение чистоты на рабочем месте.

4S — *Сэйкэцу* 清潔 «стандартизация» — постоянное выполнение первых 3S, описанных выше, в рамках которого каждый рабочий хорошо знает, за что он несёт ответственность и каковы его обязанности.

5S — *Сицукэ* 躰 «воспитание, дисциплина» — воспитание у рабочих привычки ухаживать за своим рабочим местом и осуществлять предписанные производственные операции в соответствии с правилами.

С помощью выше перечисленных методов таких, как «5S», «Камбан», «SMED» и других, японцы усовершенствовали систему «JIT». Они воспроизвели заимствованный у американцев принцип производства необходимого количества деталей к необходимому времени до уровня целой культуры производства как составляющей корпоративной культуры организации со своими нормами, ценностями и традициями, поддержание, развитие и транслирование которых реализуется носителями этой культуры.

**В пятом разделе** «Традиция эффективного управления трудовыми ресурсами» рассматривается особый подход японских компаний к управлению персоналом, дающий возможность развивать культуру производства качественных кадров, способных реализовывать постоянное усовершенствование производственного процесса «JIT».

Постоянные курсы повышения квалификации, создание кружков качества, где сотрудники высказывают свои предложения по совершенствованию процесса производства, проведение корпоративных мероприятий и психологических тренингов, предоставление возможности самостоятельного принятия решения по какому-либо вопросу реализуются в японских компаниях параллельно с формированием жёсткой конкуренции среди сотрудников.

В середине 1970-х гг. японские компании для преодоления экономического кризиса стали внедрять и адаптировать у себя новую философию управления производством «Lean Production» («LP») «бережливое производство» — метод, предполагающий избавление от всего «лишнего», то есть того, что не увеличивает потребительской стоимости выпускаемой продукции, но увеличивает её себестоимость. Таким образом, метод «LP» предполагает

сокращение «лишнего» персонала, не пользующегося прерогативой пожизненного найма, и, соответственно, увеличение нагрузки на оставшихся.

Сокращение персонала происходит только после того, как произошли изменения, то есть уменьшение числа работников становится результатом совершенствования, а не его движущей силой, что сильно отличается от традиционных подходов к управлению, где, как правило, сначала увольняют «лишних» работников, а потом от оставшихся требуют большей производительности труда.

Кадровая политика «JIT» ставит всех сотрудников практически в равные условия, предоставляя возможность проявить себя, что способствует производству качественной и профессиональной рабочей команды, способной поддерживать эффективное функционирование логистической концепции «JIT».

**В шестом разделе** «Побочный эффект культуры производства «JIT» рассматривается *ура* «оборотная сторона» метода «JIT», в рамках которого эффективное управление трудовыми ресурсами базируется на предоставлении таких условий труда, которые способны, с одной стороны, побуждать производительную силу быть высокопроизводительной, а с другой — приводить к побочным эффектам, связанным со стрессовыми ситуациями и переутомлением персонала.

Работа в предельно высоком темпе в условиях постоянного стресса, связанного с большой личной ответственностью каждого сотрудника и его опасениями оказаться в группе «лишних», а также стремлением проявить себя и попасть под систему пожизненного найма, нередко вызывают у японцев заболевания сердечно-сосудистой системы, приводящие к летальному исходу. В японском языке даже существует специальный термин «каро:си» 過勞死, означающий внезапную смерть на работе от усталости и переутомления, исчисляемую ежегодно тысячами работников японских предприятий.

Вместе с тем, «стрессовое управление» становится не только следствием, но и причиной: опасение не заслужить доверие руководства, не проявить себя с положительной стороны, как результат, остаться без карьерного роста и, возможно, впоследствии оказаться тем самым «лишним» работником, в котором не нуждается производство, а значит, и компания, является стимулом для проявления усердия со стороны каждого члена коллектива.

**В Заключении** обобщаются результаты исследования и излагаются основные выводы:

- Логическая концепция «JIT» как культура производства строится на следующих принципах:

- *дзюн-гяку* «вперёд-назад» — динамичное движение по поступательно-возвратной траектории: концепция строится на ценностях постоянства — традициях, и ценностях нового — изменчивости, обусловленной стремлением к непрерывному совершенствованию;
- *вакон-ё:сай* «японский дух — европейские знания», согласно которому рациональное потребление продуктов группы *сото* «снаружи» — различных достижений западной науки — происходит на основе национально-ориентированных моральных принципов, соответствующих сфере *ути* «внутри».

- К особенностям японской национальной культуры потребления и производства, определяющим специфичность логистической концепции «JIT», относятся следующие черты:

- групповой модус поведения;
- стремление к гармонии *ва* «мир, согласие»;
- привычка контролировать и скрывать свои истинные намерения, мысли и чувства с целью избежания прямых конфликтов — *татэмаэ* «озвучиваемая установка, приемлемая с точки зрения партнера»;
- буддийское понимание личности как инстанции, ответственной за свои собственные поступки;
- конфуцианская идея о структурном единстве и функциональной взаимозависимости всех составляющих группы.

Следствие: наличие в культуре производства «JIT» таких традиций, как:

- традиция преданных и доверительных отношений, связанная в Японии с такими моральными устоями, как *он* «благодетельность» и *гири* «долг»: господство принципов взаимного уважения, доверия и поддержки как внутри организации, так и в отношениях с поставщиками и потребителями;

- традиция коллективизма: все сотрудники предприятия — от руководителей до производственного персонала — члены одной команды, где основным методом выступает принцип *кё:рёку* «объединённые силы, совместные действия», предполагающий отказ от индивидуальной свободы ради общественных целей и высокую степень ответственности каждого звена цепочки за безупречное выполнение своей функции.

- способность организовывать движение информационного потока с большой скоростью и минимумом искажений.

Следствие: наличие в культуре производства «JIT» традиции обмена точными информационными данными: создание и реализация стабильных методов коммуникации,

позволяющих крайне точно и быстро потреблять, транслировать и производить информацию.

- общая тенденция к миниатюризации и точности, прагматизму и рациональности во всех областях жизнедеятельности;
- умение оперировать в малом пространстве и приводить его в высокоупорядоченное состояние.

Следствие: наличие в культуре производства «JIT» традиции прагматичного и рационального подхода к производственному процессу, стремление привести любое пространство в высокоупорядоченное состояние.

- конфуцианская идея синтеза самосовершенствования и искусства управления людьми.

Следствие: наличие в культуре производства «JIT» таких традиций, как:

- традиция непрерывного совершенствования и повышения эффективности каждого объекта, субъекта или явления, выраженная в принципе *кайдзен* «улучшение, усовершенствование»;
- традиция эффективного управления трудовыми ресурсами, предполагающая развитие не только культуры потребления навыков сотрудников предприятия, но и культуры производства качественных кадров.

Описанные выше особенности японской национальной культуры потребления и производства определяют специфичность логистической концепции «JIT», образующей в японской корпоративной культуре гармоничный синтез потреблённых из чужеземных культур элементов и продуктов, произведённых японцами самостоятельно. Это способствует сохранению концепцией статуса «Just in Time» («точно в срок») и не превращению в её искажённую форму — концепцию «Just too Late», что означает «слишком поздно».

**В Списке литературы** представлены использованные материалы на русском, японском и английском языках.

**В Списке иллюстративного материала** перечислен наглядный материал с указанием наименования иллюстрации и страницы, на которой она расположена.

**В Приложении** помещён материал, дополняющий основной текст диссертации, представленный графиками, таблицам и рисунками.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора общим объёмом **2,7 п.л.**

**Статьи, опубликованные в журналах из списка, рекомендованного ВАК России:**

**1.** Кагальникова А.В. Японская микрологистическая система Камбан как коммуникационный инструмент производственной системы JIT // Вестник МГИМО-Университета. - 2012. - № 6 (27). - С. 176-178. - 0,15 п.л.



2. Кагальникова А.В. Особенности подхода японских компаний к управлению трудовыми ресурсами (на примере логистической концепции JIT) // Право и управление: XXI век. Электронное издание МГИМО(У) МИД России. - 2014. - № 1 (30). - С. 108-113. - 0,4 п.л.

3. Кагальникова А.В. Культурные особенности японского общества, обуславливающие результативное функционирование логистической концепции JIT // Научное мнение. Филологические науки, искусствознание и культурология: научный журнал / Санкт-Петербургский университетский консорциум. - СПб, 2015. - №9. - С. 123-128. - 0,4 п.л.

**В прочих изданиях:**

4. Кагальникова А.В. Японская микрологистическая система Камбан // Материалы VII Конвента РАМИ: Межкультурная коммуникация: современная теория и практика. М., МГИМО-Университет, 2013. - С. 86-91. - 0,4 п.л.

5. Кагальникова А.В. Логистическая концепция JIT в Японии как феномен современной культуры // Современные концепции научных исследований. IV Международная научно-практическая конференция. М., Евразийский Союз Учёных. 2014.- № 6.- С. 159-160. - 0,15 п.л.

6. Кагальникова А.В. Японское общество как потребитель и производитель культуры (на примере логистической концепции JIT) // Ассоциация японоведов. Доклады участников 6-ой ежегодной конференции Ассоциации японоведов «Япония в поисках новой глобальной роли» / [http://japanstudies.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=407&Itemid=66.19.12.2013](http://japanstudies.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=407&Itemid=66.19.12.2013) - 0,3 п.л.

7. Кагальникова А.В. Причины успешного потребления буддизма японским обществом в древние периоды истории Японии // Материалы VIII Конвента РАМИ: Межкультурная коммуникация в условиях глобализации. Проблема культурных границ в современном мире. М., МГИМО - Университет, 2015. - С. 270-276. - 0,5 п.л.

8. Кагальникова А.В. Влияние природных условий Японского архипелага на культуру его народа // Япония: культурные традиции в меняющемся социуме. Коллективная монография к 100-летию со дня рождения Е.М.Пинус [«Issues Of Japanology = Вопросы японоведения» №5]. - СПб, Изд-во ЛЕМА, 2014. - С. 17-22. - 0,4 п.л.