

ТРАДИЦІЙНІ СИНТОЇСТСЬКІ ІДЕАЛИ В КОРПОРАТИВНІЙ КУЛЬТУРІ СУЧАСНОЇ ЯПОНІЇ

Рослякова М. С.

Науковий керівник: Артеменко Я. І.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

m_roslyakova@icloud.com

Вступ. Синтоїзм (яп. синто: «шлях богів») – це національна релігія Японії, яка заснована на анімістичних віруваннях стародавніх японців. Об'єктами поклоніння в цій релігії є камі – духовна сутність, бог. Сьогодні синто є невід'ємною частиною японського суспільства, не дивлячись на те, що багато японців про це навіть не здогадуються. Більшість японців на питання про те, яку релігію вони сповідують, скоріш за все скажуть що ідентифікують себе як нерелігійних або атеїстів, але, тим не менш вони все одно, хоч і несвідомо, дотримуються принципів та положень синтоїзму. Особливо яскраво це простежується у японській корпоративній культурі.

Мета дослідження. Дослідити вплив традиційних принципів синтоїзму на корпоративну культуру сучасної Японії.

Матеріали та методи. У рамках проведеної роботи були використані матеріали статей з наукових журналів, лекції Влада Поляковського, нерегулярних публікацій, «Як живуть японці» Ютака Ядзава, «Гілка сакури» Всеволода Овчинникова.

Результати дослідження. Корпоративна культура – це система матеріальних та духовних цінностей, проявів, які взаємодіють між собою, властивих даній корпорації, що відображають її індивідуальність. Японські компанії, особливо кейрецу – великі корпоративні конгломерати влаштовані дещо інакше, ніж західні. Найчастіше вони сприймаються співробітниками як маніфестація традиційного японського клану. Такі компанії не зникають просто так, и це зумовлене одним із найважливіших принципів синтоїзму – прийняття постійних змін як природного омолодження, регенерацію. Як приклад можна навести групу Міцубісі, які починали свій шлях з судноплавства і пройшли великий шлях до їх сучасної сфери діяльності – страхування, автомобільної промисловості та авіабудування, тобто вони кардинально змінили свою структуру, устрій, але залишилися на ринку, в той час коли західні компанії завершують свій життєвий цикл, якщо їх товар або послуга перестають бути затребувані споживачем.

Як вже було сказано, корпорації розглядаються японськими співробітниками як великий клан, майже сім'я, це пов'язано з тим, що в синто дуже шануються традиції, а сім'ї оберігають камі. Саме через цю вірність сім'ї та традиціям в Японії не прийнято змінювати місце роботи. Існує поняття «договір пожиттєвого найму» - японці вважають що саме ця незмінність сприяє розвитку навичок, необхідних у тій чи іншій компанії, та формує професіоналів вищого рівня. Дуже велика частина корпоративної культури припадає на ієрархічність: як у синтоїстських камі є розділення на верховних богів до невеликих духовних сутностей які мешкають в предметах, так і у корпораціях існує яскраво виражена ієрархія – чим старший співробітник, тим більше він шанується в компанії, від цього навіть залежить розмір заробітної плати: у деяких випадках вік працівника може визначати до 90% від розміру ставки.

Інші принципи, не менш важливі ніж перший, це: повага до чужого часу, вдячність та життя «тут і зараз». Одним із кращих способів продемонструвати подяку до попередників – не витратити час дарма, саме ця ідея глибоко вкорінена в життєдіяльність майже будь-якого працюючого японця. Співробітники компаній можуть залишатися на робочому місці до пізнього вечора, переробітки майже вкорінені в культуру Японії.

Згадуючи принципи синтоїзму не можна не згадати головного – єдність людини та природи, життя у згоді з нею, з камі. Цей принцип пронизує все життя японця та навіть знайшов відгук у корпоративній культурі. Як всім відомо, головною подією навесні в Японії є Ханамі – милування цвітінням сакури. Службовці фірм спеціально виділяють день для милування сакурою, щось на кшталт корпоративного заходу. Тобто, в цей день всі співробітники йдуть на роботу, але проводять його в парку, разом з начальником та товаришами по роботі, можуть влаштовувати пікнік та навіть співати разом спеціальні пісні вигадані з нагоди Ханамі.

Висновки. Отже, підсумовуючи все вищесказане, можна зробити висновки про те, що хоча сучасні японці мало вірять в камі та не шукають раціонального пояснення ритуалам, сам синтоїзм для них – це вираження єдності, їх бажання підтримати гармонію життя всієї нації, фундамент, на якому тримається національна думка та корпоративні традиції. Така вірність традиціям та працьовитість – і є секретом успішності японських корпорацій. Бо ніяка теорія, програма, політика влади не можуть зробити компанію успішною – це можуть зробити тільки люди працюючі в ній. Гарні взаємовідносини в колективі, які досягаються спільним дозвіллям, шана та повага до старших, вірність одному місцю, ефективне використання робочого часу та готовність виконувати будь-яку роботу задля благополуччя корпорації – саме це дозволяє Японії добиватися великих економічних висот та займати лідерські позиції на світовому ринку.

УКРІНСЬКИЙ СОКРАТ ТА ОСВІТА

Світлична К. О.

Науковий керівник: Садовніков О. К.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

Ekaterinasv2002@gmail.com

Вступ. Стрімкі зміни які відбуваються з сучасним суспільстві торкнулися усіх сфер існування суспільства. Не обійшло це й систему освіти. Точаться різні суперечки про якість освіти, стиль викладання, про об'єм та доречність певних знань, які потребує сучасна людина. Звісно, що з подібними викликами часу людство зіткнулося не вперше, і питання освіти не одноразово набувало актуальності. А тому ми можемо звертатися до досвіду, який накопичувався з давніх часів, та спиратися на ті вдали рішення які сприяли розвитку системі освіти. Так ми можемо звернутися до часів Г. С. Сковороди, враховуючи, що у другій половині XVIII ст. Україна зіткнулася з багатьма змінами економічного, політичного та соціального характеру, які відобразилися у світоглядних концепціях, що потребувало і нових підходів до виховання та освіти. Г. С. Сковорода це відчував і безпосередньо цим займався і під час роботи