

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

DIPLOMSKA NALOGA

KATJA JUGOVIĆ

KOPER, 2012

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Diplomska naloga

PREPLETENOST KULTURE IN GOSPODARSTVA:
PRIMER JAPONSKE

Katja Jugović

Koper, 2012

Mentor: viš. pred. mag. Suzana Sedmak

POVZETEK

Kultura in gospodarstvo sta se dolgo smatrala za nepovezana pojma, ki naj ne bi imela skupnih točk, vendar je danes s številnimi raziskavami dokazano, da sta tesno prepletena in medsebojno povezana. Diplomaska naloga tako obravnava tematiko prepletenosti teh dveh pojmov, iskajoč vzporednice in povezave med spreminjanjem kulture in gospodarstva ter medsebojnimi vplivi na primeru izbrane države, Japonske. Ker za prepoznanje povezav ni dovolj le poznavanje kulture in gospodarstva v daljšem časovnem obdobju, se naloga dotika tudi zgodovine, religije in splošne kulture Japoncev, kar je ključno za razumevanje, kako je japonska kultura v začetni fazi vzpodbudila nagel gospodarski vzpon ter kako je gospodarstvo kasneje vplivalo in dodobra spremenilo kulturo.

Ključne besede: Japonska, kultura, gospodarstvo, prepletenost, religija, japonske značilnosti.

SUMMARY

For a long time, economy and culture were considered not being connected with each other and not having any common points. But within today's researches it has been proven that they're tightly interlaced and connected. This thesis therefore researches topics of interlace and connection between them by seeking lineups and connections during the changes of culture and economy and treats common influences on the example of one chosen country, Japan. As knowledge about economy and culture in longer time period is not enough to recognize connections between them, thesis also touches history, religion and general culture of Japanes, which is crucial for understanding how culture in the developing phase encouraged rapid economy climb and how economy later influenced and thoroughly changed the culture.

Keywords: Japan, culture, economy, interlace, religion, characteristics of Japan

UDK: 304.2(52)(043.2)

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredelevanje obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč	1
1.2	Namen in cilji diplomskega dela	2
1.3	Predvidene metode za doseganje ciljev diplomskega dela	3
1.4	Predvidene predpostavke in omejitve pri obravnavanem problemu	3
2	Pojem kultura	4
2.1	Kultura	4
2.2	Značilnosti kulture	5
2.3	Sestavine kulture	5
2.3.1	Simboli – znaki	6
2.3.2	Jezik in govor	6
2.3.3	Vrednote	6
2.3.4	Norme	7
2.3.5	Materialna kultura	7
2.3.6	Množični mediji	8
2.4	Spreminjanje kulture	8
2.5	Subkulture	8
2.6	»Visoka« (elitna) in množična kultura	9
2.7	Hofstede in kulturne dimenzije	9
2.7.1	Individualizem/kolektivizem (individualism index)	9
2.7.2	Razlika v moči (power distance index)	10
2.7.3	Spol (masculinity index)	10
2.7.4	Resnica (uncertainty avoidance index)	11
2.7.5	Dolgoročna usmeritev (long term orientation)	12
3	Kratka zgodovina Japonske	13
4	Religija	16
4.1	Šintoizem	16
4.2	Budizem	17
4.3	Konfucionizem	18
4.4	Kršćanstvo	19
5	Japonska kultura	20
5.1	Splošna japonska kultura	20
5.1.1	Jezik in pisava	20
5.1.2	Povprečna japonska oseba	21
5.1.3	Olika in običaji	22
5.1.4	Književnost, umetnost in gledališče	22

5.1.5	Sodobna japonska kultura in subkulture	22
5.1.6	Japonska kultura skozi Hofstedejeve dimenzije nacionalne kulture.....	23
5.2	Poslovna japonska kultura.....	26
5.2.1	Japonske hierarhične in poslovne navade	26
5.2.2	Srečanja, pogajanja in dogovori z Japonci.....	27
5.2.3	Izmenjava vizitk.....	28
5.2.4	Japonski pogajalski slog	28
5.2.5	Obdarovanje.....	29
5.2.6	Poslovni sestanek	30
6	Japonsko gospodarstvo	31
6.1	Japonska	31
6.2	Gospodarstvo Japonske	31
6.3	Gospodarska gibanja na Japonskem.....	32
6.3.1	Gospodarska rast in struktura potrošnje.....	32
6.3.2	Gospodarska politika vlade.....	32
6.3.3	Nezaposlenost in plače.....	33
6.4	Menjava Japonske v svetu.....	34
6.4.1	Uvoz in izvoz	34
6.4.2	Bilateralni ekonomski odnosi s Slovenijo.....	34
6.4.3	Investicijsko okolje za tuje naložbe	34
7	Prepletenost kulture in gospodarstva	35
7.1	Spreminjanje gospodarstva.....	36
7.2	Spreminjanje kulture	41
7.3	Povezave med kulturo in gospodarstvom.....	46
8	Sklep.....	51
	Literatura	53
	Viri	55

SLIKE

Slika 1: Hofstedejeve dimenzije kulture za Japonsko	23
---	----

PREGLEDNICE

Preglednica 1: Kratka zgodovina Japonske po obdobjih	13
--	----

1 UVOD

1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč

Japonska ali Dežela vzhajajočega sonca, kot se ji pravi drugače, je dežela, kjer se prepletata tradicija in sodobnost, kjer je tujcev zelo malo, kjer se skupina postavlja pred potrebe posameznika, kjer delo ni ovira in ne predstavlja nujnega zla v življenju. Ljudje so ponosni, hvaležni, iznajdljivi, inovativni, strpni, marljivi in usmerjeni v prihodnost. Japonska ima eno najmočnejših gospodarstev na svetu, in je to moč dosegla v izjemno kratkem času. Japonska je napredovala od poljedelske družbe v svetovno gospodarsko velesilo. Ravno zaradi teh posebnosti sem izbrala Japonce, njihovo posebno kulturo in konkurenčno gospodarstvo za temo moje diplomske naloge.

Japonska danes je daleč od tega, kar je bila v času mojega otroštva in žal tudi od stare Japonske v času 80. in 90. V času mojega bivanja v zadnjih šestih letih so Japonsko prešle temeljite spremembe. Fascinantno je sedaj biti v Tokiu, v srcu njegove dinamičnosti, ko velikan azijske ekonomije doživlja temeljite spremembe na domačih tleh, ponovno vzpostavitev ekonomije in se uveljavlja v novi, bolj odločni in uveljavljeni vlogi v svetu (Clugston 2006).

V diplomski nalogi bom obravnavala problem vpliva japonskega gospodarstva in gospodarskega razvoja na spreminjanje kulture ter vpliv kulture na spremembe v gospodarstvu. Pred drugo svetovno vojno je bila Japonska tradicionalna dežela, kjer so bili tradicionalni običaji globoko spoštovani in upoštevani. Po porazu v drugi svetovni vojni pa so se Japonci želeli izkazati in se otresti sramote, ki so je bili deležni ob porazu, tako se je začel hiter vzpon njihovega gospodarstva. Gospodarski razvoj je vplival na nekatere kulturne značilnosti Japoncev, in pa seveda tudi obratno, kjer je imela japonska kultura ključno vlogo za razcvet japonskega gospodarstva.

Kultura točno določa človekovo prilagoditev na okoliščine in prenašanje veščin in znanj na naslednje generacije. Ljudem poda občutek, kdo so, kam spadajo, kako se morajo obnašati in kaj naj bi počeli. Prav tako vpliva na obnašanje, moralo, produktivnost pri delu in vsebuje vrednote in vzorce, ki vplivajo na odnose in delovanja v podjetju. Kultura je dinamična in se spreminja, vendar počasi. Pogosto se smatra kot gonilna sila v obnašanju ljudi. Koncept je postal kontekst kako razložiti politiko, ekonomijo, napredek in neuspeh (Moran, Harris in Moran 2007, 6).

Še do ne tako dolgo nazaj ekonomisti niso želeli medsebojno povezovati kulture in gospodarstva. Nemogoče je namreč v enem stavku opredeliti medsebojno povezanost in prepletenost teh dveh pojmov, saj je kultura prisotna povsod. Toda zadnje čase se to spreminja in vedno več je ljudi, ki iščejo razloge za spremembe tako v gospodarstvu kot kulturi ter v prepletenosti le-teh. Povezave iščejo z vedno novimi raziskavami, vedno novimi tehnikami, analizami in tudi v velikem številu novih raziskav je kultura vključena kot faktor,

ki vpliva in je povezan z gospodarstvom in gospodarskim razvojem. Vključitev kulturnih elementov v raziskave pomeni možnost vedno boljših gospodarskih in poslovnih odnosov med različnimi državami, ki imajo različne kulturne značilnosti in navade (Grief 1994, 2005; Guiso, Sapienza in Zingales 2006, 2, 25).

V literaturi sem zasledila izjemno malo podatkov, ki bi povezovali spremembe v gospodarstvu, gospodarskem razvoju in kulturi kot možen problem in prepletenost, zakaj se tradicionalna Japonska izgublja. Želela sem raziskati to področje in ugotoviti, v kolikšni meri vplivata gospodarstvo in gospodarski razvoj na spremembe v kulturi in obratno. Prav tako sem zasledila malo podatkov na temo vpliva japonske kulture na uspešnost njihovega gospodarstva. Iskala bom povezave med gospodarstvom, gospodarskim razvojem in kulturo. Kako je spreminjanje gospodarstva vplivalo na spreminjanje kulture in seveda obratno in ali bi dejansko lahko rekli, da so stvari, ki so se zgodile na gospodarski ravni, spodbudile kulturne spremembe, hkrati pa je bila kultura tista, ki je vplivala na gospodarski razcvet Japonske. Dotaknila se bom tudi zgodovine in verovanja Japoncev, saj jim religija dodatno izpopolni njihov osebni jaz, da so danes takšni, kakršni so.

V diplomski nalogi se bom osredotočila predvsem na zelo uspešno japonsko gospodarstvo, ki je preživelo in ostalo močno kljub številnim preprekam in veliki recesiji, ki je sledila letu 1990, ter japonsko posebno kulturo, kjer se srečujeta tradicija in sodobnost. Poudarek je na obdobju po drugi svetovni vojni, saj so se, sodeč po literaturi, ravno takrat začele dogajati največje spremembe na področju gospodarskega razvoja in kulture, čeprav se je japonsko gospodarstvo začelo razvijati že prej.

Napačno je mnenje, da je Japonska postala ekonomsko močna šele po drugi svetovni vojni. Pravzaprav se je boj za dohitevanje Zahoda začel že sredi 19. stoletja, še posebej po tem, ko so Američani in Evropejci vsilili Japoncem precej enostranske in neenakopravne trgovinske in carinske sporazume. Tako je Japonska prevzemala različne elemente zahodnega sveta in jih kombinirala z lastno mentaliteto. Tako je Japonska že na začetku 20. stoletja postala vodilna sila v Aziji (Ferfila in drugi 2001, 488).

1.2 Namen in cilji diplomskega dela

Namen diplomske naloge je raziskati in analizirati povezave in medsebojne vplive med spremembami, ki se dogajajo na področju japonskega gospodarstva in japonske kulture.

Cilji diplomske naloge so:

- spoznati se s in predstaviti kulturo, zgodovino, religijo in gospodarstvo Japonske,
- ugotoviti, kako in v kolikšni meri se je spreminjalo gospodarstvo po drugi svetovni vojni,
- ugotoviti, kakšne so spremembe v kulturi in na katerih področjih so se zgodile največje spremembe,

- ugotoviti, v kolikšni meri je gospodarstvo vplivalo na kulturo,
- ugotoviti, v kolikšni meri je kultura »kriva«, da se je po drugi svetovni vojni gospodarstvo začelo tako naglo razvijati.

Predpostavljam, da bom na koncu svoje diplomske naloge ugotovila, da je japonska kultura večinski »krivec« za hiter gospodarski vzpon Japonske po drugi svetovni vojni. Toda predpostavljam tudi, da bom ugotovila, da sta kultura Japoncev in njihovo gospodarstvo tesno povezana in prepletena pojma.

1.3 Predvidene metode za doseganje ciljev diplomskega dela

Diplomska naloga bo temeljila na kvalitativni analizi podatkov, torej na že obstoječih teoretičnih spoznanjih tako domačih kot tujih avtorjev s področja kulture, Japonske, gospodarstva, religije in zgodovine. Teoretični del obsega pregled tako tuje kot domače literature, ki obravnava zgoraj opredeljeno.

Za reševanje obravnavanega problema, torej vpliva kulture na gospodarstvo in obratno, bom analizirala predvsem razne dokumente, kot so strokovni in znanstveni članki, ki se navezujejo na gospodarstvo in kulturo. Članke s tega področja sem poiskala v bazah podatkov, kot so Emerald in JSTOR, kjer so objavljeni strokovni in verodostojni članki. Prav tako bom analizirala članke, ki sem jih zasledila v raznih revijah in dnevnikih časopisih in vsebujejo pomembne podatke za mojo raziskavo.

1.4 Predvidene predpostavke in omejitve pri obravnavanem problemu

Predpostavljam, da sta japonsko gospodarstvo in kultura prepletena pojma.

Predpostavljam, da so se v obravnavanem obdobju, torej po drugi svetovni vojni, dogajale največje spremembe, ne pa tudi da so se spremembe šele takrat začele.

Predpostavljam, da je uspešnost gospodarstva pogojena tudi s specifičnimi kulturnimi značilnostmi Japoncev.

Predpostavljam, da vsi zbrani podatki odražajo resnično stanje Japonske skozi obravnavano obdobje.

Med omejitvami bi izpostavila predvsem veliko pomanjkanje literature, ki bi se navezovala na gospodarstvo in kulturo v zadnjih 7 letih (po letu 2005). V diplomski nalogi se bom omejila na obdobje po drugi svetovni vojni. Omejitev predstavlja tudi omejena količina verodostojnih podatkov, ki so služili analizi in so mi dostopni.

2 POJEM KULTURA

2.1 Kultura

Riba zazna potrebo po vodi šele, ko ni več v vodi. Kultura je za posameznika enako pomembna, kakor je voda pomembna za življenje ribe. Podpira in ohranja posameznike, posamezniki živijo in dihajo skozi svojo kulturo (Trompenaars in Hampden-Turner 1998, 20). Kultura predstavlja večplastni, večpomenski in multidimenzionalni fenomen. Kultura je namreč vezana izključno na človekov način sobivanja v svetu (Jelovac 2000, 9).

Na svetu obstaja veliko število različnih kultur, vendar točnega števila, koliko je le-teh, ni. Strokovnjaki ocenjujejo, da na svetu obstaja približno 5000–6000 jezikov, iz tega se lahko sklepa, da je najmanj toliko tudi različnih kultur. Tehnološki dosežki, komunikacije, mednarodne migracije in globalna ekonomija zmanjšujejo kulturno raznolikost in tako nekatere kulture postajajo vedno bolj podobne ena drugi (Barle - Lakota in drugi 2004a, 42). Vsaka kultura je posebna, drugačna, edinstvena, zato se je pri proučevanju kulture vedno potrebno zavedati dejstva, da kar je v eni kulturi sprejemljivo, nujno in potrebno, ni nujno enako v drugi kulturi (Trompenaars in Hampden-Turner 1998, 20).

Beseda kultura izvira iz latinščine. Cultura oziroma culturae pomeni obdelovanje, vzgojo, izobraževanje. V prenesenem pomenu pa se beseda nanaša na gospodarski, moralni razvoj človeka v njegovi ustvarjalni dejavnosti in iz nje izhajajoče vrednote, obnašanja, pridobitve (Jelovac 2000, 9).

Človekova kultura je način skupnega življenja, razvijanja in vzpostavljanja vrednot, prepričanj in znanj, prizadevanj po odpravi negotovosti in ustvaritvi umetne stopnje socialnega življenja. Ljudje se rodijo v družbo in znotraj družbe razvijajo vrednote, ki so za družbo značilne. Kultura je integracija idej, odnosov, običajev in tradicij v pluralističnem sistemu in unikaten sistem socializacije (Zver, Živko in Bobek 2005, 15).

Znanih je veliko število različnih definicij pojma kultura, kar je posledica različne interpretacije in razlage številnih avtorjev, ki so se in se še vedno ukvarjajo s tem področjem (Barle - Lakota in drugi 2004a, 40). Kroeber in Kluckhohn sta celo naredila katalog z več kot 160 definicijami kulture (Zver, Živko in Bobek 2005, 15).

Eden najbolj znanih avtorjev, ki jih povezujemo s kulturo, Hofstede (1991, 5) je kulturo definiral kot kolektivno programiranje uma, ki razlikuje člene ene skupine oziroma kategorije od členov druge skupine.

V nadaljevanju naštevam še nekaj ostalih sprejemljivih opredelitev kulture:

- kultura so osvojene norme, ki izhajajo iz vrednot, prepričanj, odnosov,

- kultura se reševanja problemov loteva tradicionalno,
- kultura je ostanek tistega, kar je naučeno, vendar že popolnoma pozabljena,
- kultura daje osebam občutek pripadnosti,
- kultura je lepilo, ki veže osebe, je način življenja,
- kultura so priučene značilnosti skupine oseb, v nasprotju z osebnostnimi potezami, ki so specifične za vsakega posameznika,
- kultura je integriran sistem priučenih vzorcev obnašanja, značilnih za člane neke družbe (Hrastelj 2001, 26).

2.2 Značilnosti kulture

Kultura ni podedovana. Kulture ne dobimo preko genov. Kultura je v celoti naučena. Posamezniki se rodijo v družbo z že izoblikovano kulturo in jo skozi osebni razvoj ponotranjijo.

Kot navaja Hofstede (1991, 5):

Kultura je naučena in ne podedovana. Kultura izvira iz socialnega okolja in ne iz genov posameznika. Kultura bi morala biti ločena od človekove narave na eni strani in od individualne osebnosti na drugi strani, čeprav so točne ločnice med posameznikovo naravo in kulturo ter med kulturo in osebnostjo tema pogovorov mnogih sociologov.

Proces učenja kulture se imenuje inkulturacija. Vsak posameznik se more naučiti kulture, ki je skupna družbi, znotraj katere biva, saj lahko le na ta način kultura preživi. Kulturo znotraj neke družbe posamezniki sprejemajo do te mere, da jo imajo že za samoumevno (Barle - Lakota in drugi 2004a, 41). Kulturo na eni strani določa vsak posameznik v družbi, na drugi strani pa kultura močno vpliva na posameznika. S tem ko prispeva del sebe v kulturo okoli sebe, postane posameznik element v kulturni izmenjavi in element kulturne spremembe (Zver, Živko in Bobek 2005, 17).

2.3 Sestavine kulture

Glede na veliko število opredelitev kulture in raznolikost njenih izraznih oblik je bilo pričakovati veliko število različnih sestavin; nekateri (Murdoch 1965) jih navajajo kar 75 (Hrastelj 2001, 29).

2.3.1 Simboli – znaki

Pomen simbolov v kulturi ni mehanskega značaja, ima pa velik pomen na notranje odnose in razlike med njenimi elementi (Zver, Živko in Bobek 2005, 17).

Kot simbol lahko služi karkoli, kar predstavlja nek pomen za pripadnike neke skupine ali družbe. Pomen simbola ni vsebovan v predmetu, gesti, drži ali znaku, ampak je rezultat kulturne konvencije. Ni zahtevano, da enak simbol pomeni enako vsem članom določene družbe. Pomen simbolov se lahko spreminja tudi znotraj družbe. Takšen primer spreminjanja je na primer spreminjanje skozi zgodovino. Debelost se je nekoč smatrala kot simbol blagostanja, danes pa debelosti pripisujejo vse druge pomene kot blagostanje. Simboli omogočajo pripadnikom družbe, da se med seboj sporazumevajo ter v družbo vnašajo red (Barle - Lakota in drugi 2004a, 42).

2.3.2 Jezik in govor

Jezik je opredeljen kot sistem simbolov, s katerim se pripadniki in pripadnice družbe medsebojno sporazumevajo in komunicirajo. Jezik v kulturi nima samo komunikacijske funkcije, ampak služi tudi kot pomembno sredstvo kulturne reprodukcije, saj se skozi jezik kultura prenaša iz ene generacije v drugo. Sestavljen je iz besed, ki pa same po sebi ne nosijo pomena (ista beseda lahko v različnih jezikih pomeni isto). Tako je jezik sestavljen iz besed, ki skupaj tvorijo pomen (Barle - Lakota in drugi 2004a, 43).

Ferdinand de Saussure je uvedel dihtonomijo jezik/govor. Konkretno, zaznavi dostopno uporabo jezika v komunikaciji imenuje govor. Po njegovem mnenju sta jezik in govor neločljivo povezana in ne obstajata eden brez drugega. Govor se mora opirati na jezik, vendar pa tudi jezik obstaja le z ljudmi, ki ga govorijo. Človek se najprej nauči govora in ne slovnice, torej jezika (Barle - Lakota in drugi 2004b, 25–26).

2.3.3 Vrednote

Vrednote so sistem idej, prepričanj o tem, kaj je dobro, pravilno, zaželeno, vredno. Služijo kot merila za presojanje dogajanj in ljudi z vidika tistega, kar se pojmuje kot dobro in moralno. Vrednote pomagajo pri odločanju med dvema različnima alternativama. Vrednote na ljudi delujejo kot motivacija, da si postavijo določene cilje, ki jih želijo doseči. Človek ne more obstajati, ne da bi vrednotil. So najsplošnejše smernice za tako individualno kot družbeno življenje, saj vplivajo na obnašanje in doživljanje. Posamezniki nimajo istih vrednot in navadno si vsak posameznik ustvari svojo hierarhijo vrednot, ki pa se razlikujejo tudi po pomembnosti (Barle - Lakota in drugi 2004a, 44–45).

Vrednote po Jelovac (2000, 20) so:

- temeljna prepričanja ljudi, ki usmerjajo ukrepe in presoje v različnih razmerah,
- temeljna pozitivna življenjska načela posameznikov in skupin,
- vrednota je tisto, zaradi česa stremimo po nečem in kar tudi uresničujemo: cilji, ideali, vodila, drža,
- človekov odnos do nečesa, kar ima zanj večjo pomembnost ceno, veljavnost v primerjavi s čim drugim,
- kategorija znotraj etike: biti (sein) vs. potrebno (sollen),
- pozitivne (zaželjene) in negativne (nezaželjene),
- različni tipi: norme (standardi) in ideali (vodila).

Poleg kulturoloških vrednot obstajajo tudi druge skupine vrednot, ki vplivajo na ravnanje ljudi: funkcionalne vrednote, družbene vrednote, emocionalne vrednote, epistemične vrednote, pogojne vrednote (Hrastelj 2001, 35). Bosshart (1997, 30–31) pa navaja tri novejšje ključne vrednote, in sicer: drznost oziroma hladnokrvnost kot zelo pomembno vrednoto zlasti mlajših generacij, dostopnost kot prostorno in časovno ugodno razmerje in bistrost kot preudarno, nezaletavo razmerje.

2.3.4 Norme

Norme izhajajo iz vrednot. Norme predstavljajo ljudem specifična pravila vedenja oziroma usmerjajo življenje s tem, ko natančneje določajo, kaj je prav in kaj narobe. Norme so v vsakdanji družbi pomembne, brez njih bi bilo življenje v takšni družbi nevarno in kaotično. Norme lahko razvrstimo v različne skupine. Norme glede na pomembnost, saj vse norme niso enako pomembne. Norme so lahko vezane na navade in niso tako pomembne, pomembnejše pa so norme, ki zadevajo moralne standarde družbe. Zatorej družba tiste norme, ki jih ocenjuje kot zelo pomembne, oblikuje v zakone. Druga skupina pa so formalne in neformalne norme. Neformalne norme nastanejo spontano, skozi prakso, medtem ko formalne norme oblikujejo za to pristojne institucije. Za norme je značilno tudi to, da so zanje predvidene sankcije, vendar pa to ne pomeni, da so sankcije lahko samo negativne. Primer pozitivne sankcije je lahko kimanje, odobravanje, pohvala, medtem ko je lahko negativna sankcija celo smrtna kazen (Barle - Lakota in drugi 2004a, 46–47).

2.3.5 Materialna kultura

Stvari, kot so letala, obleke in katere je človek ustvaril v svojem odzivanju na okolje ter so produkt in del človeške kulture, so združene pod pojmom materialna kultura. Materialna kultura sestoji iz vseh materialnih objektov, ki jih ustvarja določena kultura. Vse te materialne objekte imenujemo artefakti (Barle - Lakota in drugi 2004a, 47).

2.3.6 Množični mediji

Beseda medij označuje vse načine komuniciranja enega vira z veliko množico ljudi. Značilno je razmeroma majhno število pošiljateljev sporočil in veliko število prejemnikov. Prejemniki niso znani, torej je značilna anonimnost. Komunikacija je večinoma enosmerna, saj občinstvo nima velikih možnosti odziva na sporočila. Tako mediji povratno informacijo iščejo predvsem preko analiz poslušnosti, gledanosti ter raznih anket (Barle - Lakota in drugi 2004b, 26).

Danes imajo množični mediji izjemen vpliv na družbo, saj vplivajo na različne vidike zasebnega in javnega življenja. Kot vir in primarno sredstvo prenosa in širjenja informacij povedo katerim dogodkom ljudje pripisujejo velik pomen, kako neki dogodek interpretirajo. Mediji niso namenjeni samo obveščanju in usmerjanju ljudi, so tudi sredstvo zabave in razvedrila. Svet se je s televizijo temeljito spremenil in v veliki meri je televizija spremenila tudi družinsko življenje, njene rutine in zaznamovala čas (Barle - Lakota in drugi 2004b, 27).

2.4 Spreminjanje kulture

Čeprav so kulture trajne, so vseeno podvržene spremembam iz okolja, ki nanje vplivajo. Spremembe v različnih kulturah so različno dinamične in različno vplivajo na kulturo. Izumi in odkritja so navadno najpogostejši vzrok za spremembe. Posamezni elementi v kulturi se lahko spreminjajo različno hitro, kar lahko privede do konfliktov znotraj kulture in končno tudi do sprememb. Kultura se tako spreminja tudi zaradi spreminjanja posameznih sestavin, ki pridejo v kulturo iz drugih kultur, kar imenujemo difuzija kulture. Še en, za spremembe pomemben pojem pa je globalizacija. Globalizacija obsega proces ekonomskega, političnega, vojaškega povezovanja različnih družb in s tem kultur na svetovni ravni (Barle - Lakota in drugi 2004a, 48).

2.5 Subkulture

V večini držav se zaradi regionalnih, etničnih ali stanovskih razlik oblikujejo ločene skupine z zelo raznolikimi subkulturami. To vsekakor velja za zemljepisno velike države in za raznolike etnične skupine znotraj države (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 143).

Kot subkulturno lahko označimo vsako skupino, ki sicer v glavnem sprejema dominantno kulturo, vendar pa ima nekatere posebne kulturne značilnosti, ki jo ločijo od dominantne kulture. Subkulture se lahko oblikujejo na poklicni osnovi, na osnovi spola, političnega ali verskega prepričanja, etnične ali razredne pripadnosti (Barle - Lakota in drugi 2004a, 52).

2.6 »Visoka« (elitna) in množična kultura

»Visoka« kultura stoji nasproti »nižji« kulturi. Visoka kultura označuje stvari, ki se visoko vrednotijo (umetniška dela). »Nizka« oziroma množična kultura pa se povezuje s potrošnjo »manjvrednih umetniških izdelkov«, ki jih proizvajajo množični mediji. Proizvodi množične kulture nimajo posebne umetniške vrednosti, saj naj bi bil njihov cilj predvsem zabava, propaganda in pasivizacija ljudi. Proizvodi množične kulture so navadno standardizirani, narejeni po določenih obrazcih, kajti cilj je čim večji dobiček. Vendar množična kultura ni samo negativna. Množični mediji omogočajo dostop do umetniškega dela/proizvoda širokemu krogu ljudi in ne le eliti (Barle - Lakota in drugi 2004a, 54–55).

2.7 Hofstede in kulturne dimenzije

Gert Hofstede, Nizozemec, velja za enega najbolj poznanih in največkrat citiranih avtorjev na področju kulture in medkulturnega sporazumevanja.

Mednarodno slavo si je prislužil z razvojem prvega empiričnega modela dimenzij nacionalne kulture in tako ustvaril novo paradigmo, zaradi katere je treba v mednarodnem gospodarstvu, sporazumevanju in sodelovanju upoštevati tudi kulturno pogojene elemente (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 244).

Model dimenzij nacionalne kulture je rezultat obsežne raziskave, ki jo je Hofstede opravil med letoma 1967 in 1973 v mednarodnem podjetju IBM in velja za najobsežnejšo raziskavo. Raziskava je obsegala 116.000 zaposlenih iz 72 držav v dvajsetih različnih jezikih. V raziskavi se je Hofstede osredotočil na raznolikost držav in odgovore zaposlenih glede njihovih vrednot. Na podlagi rezultatov je oblikoval štiri, danes pet različnih dimenzij nacionalne kulture: individualizem/kolektivizem, razlika v moči, spol, resnica in dolgoročna usmeritev (Hofstede 2001, 41).

2.7.1 Individualizem/kolektivizem (*individualism index*)

Kulturna dimenzija identiteta nam pove, kako posamezne družbe vrednotijo individualizem, usmerjenost človeka k sebi, k zasledovanju lastnih ciljev in interesov oziroma družbo, kjer socialne vezi med člani niso trdne. Individualizmu je nasproten pojem kolektivizem, ki je povezan s pozitivnim vrednotenjem privrženosti, lojalnosti in vključenosti posameznika v kolektiv (Zver, Živko in Bobek 2005, 40–42). Individualistična kultura je tista, v kateri ljudje verjamejo, da morajo poskrbeti sami zase in ostati čustveno neodvisni od skupin in organizacij. Individualisti lahko storijo, kar koli želijo, svoje vrednote pa vidijo v svoji »svobodi« in svojih »pravica«. Na drugi strani kolektivistične kulture poudarjajo skupino, kot je podjetje ali razširjena skupina. Kolektivisti cenijo harmonijo in se izogibajo neposrednim soočenjem. Odnose z drugimi gradijo s poudarkom na obredih in prijaznostjo,

zato postane dokončevanje nalog posrednega pomena (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 149–151). Individualizem je največkrat poudarjen v družbah, ki so modernejše, medtem ko je kolektivism bolj prisoten v družbah s tradicionalno družbo, tradicionalnimi vrednotami (Trompenaars in Hampden-Turner 1998, 52–53). V nekaterih kulturah je individualizem viden kot blagoslov in pokazatelj dobrega življenja, medtem ko je v drugih kulturah individualizem viden kot odtujenost. Tako individualizem kot kolektivism vplivata na mišljenje ljudi, izobraževanje, verovanje (Hofstede 1984, 209–210). Kulture najbogatejših držav sveta so sorazmerno individualistične, kulture revnejših dežel pa so razmeroma kolektivistične. Kolektivism je mogoče videti kot odsev prilagoditve na revščino in omejene vire, medtem ko je individualizem prilagoditev na bogastvo in obilje virov (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 48).

2.7.2 Razlika v moči (*power distance index*)

Z dimenzijo razlika v moči Hofstede opisuje odnos do enakopravnosti in hierarhije v družbi (Zver, Živko in Bobek 2005, 37). Avtoritarčna (velika oddaljenost od moči) kultura s hierarhijo privilegijev poudarja neenakomerno porazdelitev moči v institucijah in podjetjih. Malo ljudi ima v rokah veliko moč, medtem ko je ima velika večina malo. Moč se zaznava kot osebni atribut oziroma kot nekaj, kar se občuti in ne vsili. Avtoritarci so običajno tihi, prijazni in vljudni, ne glede na to, ali gre za močne posameznike ali ne. Če dobijo občutek, da so do njih osorni ali neskrbni, umolknejo. Avtoritarci izkazujejo svoje zaupanje tako, da zaprosijo za pomoč in napotke, svoje spoštovanje pa s tem, da se vedejo formalno in povesijo svoj pogled (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 154). Tudi hierarhija je povezana z bogastvom, toda ne v tolikšni meri kot identiteta. Raziskovalci so ugotovili, da se je oddaljenost od moči v državah, ki so postopoma bogatele, v številnih primerih zmanjšala. Veliko oddaljenost od moči je lažje vzdrževati v situacijah, kjer vlada revščina in so viri omejeni (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 49). Velika večina ljudi na svetu se rodi v družino. V družinah, ki so del kulture z veliko razliko v moči, se od otrok pričakuje, da so do svojih staršev ponižni (Hofstede 1991, 32). V kulturah z visoko vrednostjo oddaljenosti od moči osebe, ki niso na vrhu piramide, praviloma nekritično sprejemajo dejstvo, da obstaja neenakomerna porazdelitev moči. V deželah z nizko vrednostjo oddaljenosti od moči pa sta centralni vrednoti dostojanstvo posameznika in stremenje po enakosti. Značilno je, da pri kulturah z visoko vrednostjo oddaljenosti od moči sprejemajo odločitve v patriarhalnem slogu menedžerji sami, ki sebe radi vidijo kot dobrohotne nosilce odločanja (Zver, Živko in Bobek 2005, 39–40).

2.7.3 Spol (*masculinity index*)

Raziskave so pokazale, da se v vseh državah sveta neenakopravna delitev vlog med moškimi in ženskami ujema z bolj surovimi družbami, v katerih je večji poudarek na dosežkih in

bojevanju kot pa na skrbi in kompromisu. Če so moški in ženske enakopravnejši, pridejo znotraj družbe kot celote v ospredje bolj ženske vrline. To je tudi razlog, zakaj enakomerni razdelitvi vlog med spoloma v kulturi pravimo ženska kultura, neenakomerni razdelitvi pa moška kultura (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 50). Tisti bolj moški ne poudarjajo skrbi, kakovosti življenja ali potrebe po drugih, temveč odločnost, denar in materialne stvari. To velja tako za moške kot ženske, čeprav so lasnosti precej bolj očitne pri moških. V moških družbah prevladuje mišljenje, da je življenje tekma. Moč razumejo v smislu, da z njo druge pripraviš do tega, da storijo tisto, kar si želiš, da bi naredili. Radi prevladujejo v razpravah in med seboj tekmujejo, še zlasti če obstaja možnost zmage. Na drugi strani se v ženstveni kulturi pričakuje sodelovanje in skrbnost v odnosih. V ženstveni kulturi naj bi bili rahločutni do potreb šibkejših in naj bi hitro ponudili pomoč tistim, ki jo potrebujejo. So skromni, v družbi se ne postavljajo s svojimi dosežki ali močjo, namesto da bi svoje sklepe vsiljevali s soočanjem, se raje zanesejo na miroljubna pogajanja ali kompromise (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 161). Moškost je zelo negativno povezana s procentom žensk v profesionalnih in tehniških poklicih, tako je vsaj v bogatejših državah, pozitivno pa je povezana z ločevanjem poklicev, kjer se zahteva višja izobrazba (Hofstede 1984, 177).

2.7.4 Resnica (*uncertainty avoidance index*)

Dimenzija resnice izraža stopnjo, do katere se člani neke kulture počutijo ogrožene pred nepoznanimi in nezanesljivimi situacijami. Dimenzija se torej nanaša na reakcije neke kulture, na negotovo prihodnost, še posebej na njeno obvladovanje s pomočjo prava, tehnologije, pravil in ritualov (Zver, Živko in Bobek 2005, 46–47).

Osnovna težava te kulture se kaže v tem, kako se ljudje odzivajo na nepričakovano in neznano. Tu namreč privre na plan strah kot prvinsko človekovo čustvo. Mnogi ljudje v taki kulturi so prepričani, da je vse, kar je drugačno, tudi nevarno. Temu vidiku kulture pravimo izogibanje neznanemu, kar je v nasprotju s strpnostjo do neznanega (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 51). Različne družbe so se na neznano prilagodile na različne načine. Ti načini niso različni samo med tradicionalnimi in modernimi družbami, ampak tudi znotraj samih modernih družb. Načini shajanja z negotovostjo spadajo h kulturni zapuščini družbe ter se prenašajo in krepijo preko osnovnih institucij, kot so družina, šola in država. Odražajo se v skupnih vrednotah članov določene družbe (Hofstede 1984, 146).

Nestrpneži (izrazito izogibanje neznanemu) ne trpijo nejasnosti. Radi imajo varen, predvidljiv svet. Ko so prijateljsko razpoloženi, se odzovejo s podrobnostmi, formalnostjo in jasnostjo. Ko so neprijazni, postanejo njihovi odzivi nepojasneni in si želijo končati pogovor. Kadar komu zaupajo, z njim goreče diskutirajo in želijo z razpravo dognati resnico. Če osebi ne zaupajo, so odkrito kritični in neposredno izzovejo njeno kredibilnost. Zanimanje izkazujejo tako, da se popolnoma osredotočijo na dano nalogo in zastavijo mnogo vprašanj. So dobri

govorniki, organizirani in zgovorni, vendar včasih glasni. Njihove geste so živahne, vendar se izogibajo telesnim stikom (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 164).

2.7.5 Dolgoročna usmeritev (*long term orientation*)

Ta komponenta je dodatna kulturna komponenta, ki jo je Hofstede vključil v svoj model (Zver, Živko in Bobek 2005, 51). Pri kratkoročni usmeritvi gre za ohranjanje vrednot, ki so povezane s preteklostjo in sedanostjo. Gre za spoštovanje tradicij in ohranitev ugleda. Pri dolgoročni usmeritvi gre za gojenje kreposti, ki so usmerjene na bodoči uspeh, posebej varčnost in vztrajnost (Zver, Živko in Bobek 2005, 52).

Osnovna težava je izbira med prihodnjimi in sedanjimi vrednotami; temu vidiku kulture pravimo dolgoročna usmeritev, ki je v nasprotju s kratkoročno usmeritvijo. Vprašanje vrednot je zlasti pomembno v Aziji, saj pojasni, zakaj Neazijci težka razumejo kratkoročni kulturni koncept. Medtem ko je za Evropejce in Američane bolj pomembna resnica, Azijce bolj skrbijo vrednote. Vprašnji resnice in vrednot se tako v družbah deloma dopolnjujeta. Obe sta namreč povezani s stališčem, ki ga ima kultura do časa in tradicije (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 51–52). Kratkoročneži (kratkoročna usmeritev) neučakano živijo za trenutek in takojšnje rezultate. Tradicije so brezpogojno pomembne. Veliko časa posvetijo družbenim obredom, ki so sami sebi namen. Vzajemna darila so moralna obveza, pa čeprav se je zaradi njih treba zadolžiti. Kratkoročnežev ne ženejo cilji, temveč želja, da bi pokazali osebno stanovitnost. Veliko se smeji, so prijazni in se radi družijo. Praznujejo vsakič, ko se jim ponudi priložnost (Hofstede, Pedersen in Hofstede 2006, 170).

3 KRATKA ZGODOVINA JAPONSKE

Najbolj značilno za japonsko zgodovino je, da je Japonska uspela sprejeti tuje ideje, tehnike in opremo ter jih adaptirala na svoje razmere in tradicijo. Danes počne podobno, vendar je danes med različne kulture, želje in zmožnosti, zato je situacija bolj zapletena kot nekoč (Zakrajšek 1992, 32).

Preglednica 1: Kratka zgodovina Japonske po obdobjih

OBDOBJE / LETO	DOGODEK
Ledena doba	Prihod prvih prebivalcev preko celinskih mostov Sahalina in Sibirije, Kitajske in Koreje.
Obdobje jomon (14500 pr. n. št. do 300 pr. n. št.)	Lovske in nabiralske družbe. Konec obdobja že poznali nekakšne vaške naselbine.
Obdobje jajoi (300 pr. n. št. do 300 n. št.)	Iz Koreje prinesli pridelavo riža ter obdelovanje bron in železa.
Obdobje starodavnih gomil (300–600)	Pojavijo se prve aristokratske dinastije, vključno s cesarsko. Vzpostavijo se diplomatski odnosi med Japonsko in Kitajsko.
Leto 604	Razglašena je ustava.
Leto 645	Reforma Taika.
Leto 710	Prestolnica se preseli v Heijyokyo (Nara).
Leto 794	Prestolnica se preseli v Heiankyo (Kioto).
Leto 1192	Uradno glavno mesto je Kioto. Začne se dolgo obdobje koncentracije oblasti v rokah zaporednih samurajskih družin.
Obdobje 1274–1281	Napadi Mongolov. Leta 1281 je tajfun dobesedno izbrisal mongolsko ladjeveje (Japonci tak srečen tajfun imenujejo kamikaze, božanski veter).
Obdobje 1333–1567	Obdobje muromači. Razcveti se umetnost.
Leto 1467	Državljanska vojna in vsesplošna zmeda, ki je trajala sto let.
Leto 1542	Na otok Tanegašima pridejo Portugalci in prinesejo krščanstvo.
Obdobje 1568–1600	V tem obdobju da Hidejoši pobiti portugalske misijonarje in spreobrnjence (strah pred velikim vplivom krščanstva).
Leto 1612	Prepove se krščanstvo.

OBD OBJE / LETO	DOGODEK
Obdobje 1639–1853	Politika izolacije. V mestu Edo se razcveti umetnost, gledališče kabuki in bunraku.
Leto 1858	Med Japonsko in ZDA se podpiše pogodba o trgovini in prijateljstvu.
Leto 1868	Prestolnica postane Tokio. Državo so centralizirali, kar naj bi pripomoglo k preporodu Japonske in jo naredilo sposobno tekmovanja z Zahodom.
Leto 1889	Razglasi se ustava japonskega cesarstva.
Leto 1894	Začne se sino-japonska vojna. Japonska je zmagovalka.
Leto 1904	Začne se rusko-japonska vojna. Japonska je zmagovalka.
Leto 1914	Začetek prve svetovne vojne.
Leto 1920	Japonska se včlani v Društvo narodov.
Obdobje 1929–1937	Obdobje družbenih nemirov. Leta 1931 je Japonska izstopila iz Društva narodov in leta 1937 napadla Kitajsko.
Leto 1941	Začne se vojna na Pacifiku.
Leto 1945	Atomsko bombardiranje Hirošime in Nagasakija.
Leto 1953	Začetek TV-programov.
Leto 1964	Olimpijske igre v Tokiu.
Leto 1972	Ponovna vzpostavitev diplomatskih odnosov med Kitajsko in Japonsko.
Po letu 1990	Obdobje zaznamuje huda gospodarska kriza.
Leto 1993	Za predsednika vlade je izvoljen Morihiro Hosokawa. Vlada se zruši naslednje leto.
Leto 1995 (17. januar)	Veliki potres strese mesto Kobe. Umre okoli 6.000 ljudi in mesto utрпи ogromno škodo.
Leto 1996	Za predsednika vlade je izvoljen socialni demokrat Tomiichi Murayama.
April 2001–september 2006	Predsednik vlade je Junichiro Koizumi. Poznan je bil kot ekonomski reformator.
Leto 2010 (2. junij)	Predsednik vlade Yukio Hatoyama odstopi kot predsednik demokratske stranke. Neuspešna izpolnitev predvolilne obljube, umik ameriške baze z otoka Okinawa.

OBDOBJE / LETO	DOGODEK
Leto 2011 (11. marec)	Japonsko prizadane najmočnejši potres v vsej njeni znani zgodovini. Najbolj prizadane severo-vzhodni del Honšuja. Potres z magnitudo 9,0 je spremljal velik cunami. Potres in cunami sta med drugim zadela tudi nuklearno Fukošima, kar je vodilo v največjo jedrsko nesrečo po Črnobilu.
Leto 2011	Za predsednika vlade je izvoljen Yoshihiko Noda.

Vir: Ferfila (2007, 874–881); Zakrajšek (1992, 24–28); Wikipedija 2012a; Wikipedija 2012b.

4 RELIGIJA

Na Japonskem so našle tla za sožitje vse velike svetovne religije, z izjemo muslimanske religije, katere vpliv ni segel tako daleč. Nikjer drugje na svetu se ni posrečilo ustvariti medsebojne strpnosti nasprotujočih si religij v takšnem obsegu kot prav tu (Šantić 1964, 163). Tako je japonska religija preplet različnih izročil, ki nastajajo že skoraj 2000 let, ko so se vse te religije medsebojno prepletale in srečevale v življenju številnih generacij Japoncev. Zaradi tega je mogoče govoriti o »japonskih religijah« kot o »japonski«, predvsem zaradi tega, ker japonščina ne loči ednine in množine (Partridge 2009, 410).

Japonci so na svojih osamljenih otokih dolga stoletja ustvarjali svoje lastne običaje in tradicije, obenem pa so sprejemali in sami sebi prilagajali razne druge filozofske nauke, ne da bi pri tem izgubili svoje posebnosti (Šantić 1964, 191). Japonci imajo do religije zelo demokratičen in praktičen odnos. V ustavi je zapisano, da je vsem zagotovljena svoboda veroizpovedi, pri čemer so religiozne ustanove ločene od države in nobena religiozna organizacija ne sme biti deležna nobenih privilegijev ali ugodnosti s strani države oziroma vlade (Zakrajšek 1992, 50). Danes je japonsko prebivalstvo razdeljeno na 84 % tistih, ki so budisti in šintoisti in 16 % ostalih (med katerimi je 0,7 % kristjanov) (Izvozno okno 2012a).

4.1 Šintoizem

Poimenovanje šintoizem (šinto, kitajska beseda) oziroma »pot božanstev« zajema širok skupek različnih religioznih ravnanj s koreninami v japonski prazgodovini (Partridge 2009, 411). Je najstarejša japonska vera, ki je bila v obdobju Meija tudi državna religija. Japonci zelo radi praznujejo razne obletnice in se spominjajo običajev, ki so kakorkoli povezani s to religijo (Zakrajšek 1992, 50). Religija šintoizem se je razvijala vzporedno s Konfucijevim naukom in budizmom, kasneje celo hkrati s krščanstvom in z modernimi zahodnjaškimi nauki in filozofijo. V začetku, ko se je šintoistična vera začela pojavljati, ni imela ne verskega značaja niti svojega ustanovitelja. Tudi znanstveno urejenih spisov in naukov ni imela. Šintoizem oznanja, da je v vsakem srcu božanstvo. Šintoistična teologija se je znanstveno uredila šele v 15. stoletju. Tisti čas je vzknila teorija, da je mnogo bogov, toda v metafizičnem smislu so vsi pravzaprav eno, ker je vsako božanstvo le manifestacija univerzalnega duha v posebni obliki svoje dejavnosti in so vsi bogovi po duhu in bistvu isto, posebno še po kreposti resnice. V 18. stoletju so si prizadevali, da bi se šintoizem otrešel vpliva budizma in konfucionizma in bi dobil svojo prvotno obliko. Tako so se v prvi polovici 19. stoletja pojavili številni priljubljeni šintoistični učitelji. Carska vlada je naposled izkoristila šintoizem in združila vere s politiko. Tako je nastal državni šintoizem. Predstavnik šintoizma je bil postavljen nad vlado, vlada pa je predpisala za narod tri doktrine: spoštovanje božanstva, spoštovanje cesarja in spoštovanje oblasti. Po drugi svetovni vojni je izdalo vrhovno

poveljstvo zasedbenih sil tako imenovano navodilo šinto, s katerim je ločilo šintoizem od države in ga uvrstilo nazaj med religije (Šantić 1964, 191–193).

4.2 Budizem

Budizem izhaja iz Indije in je prišel na Japonsko čez Korejo in Kitajsko. Medtem ko je na Kitajskem in v Indiji sami že davno izgubil svojo indijsko prvobitnost, se je na japonskem obdržal v svoji prvotni obliki in se spremenil v japonski budizem. Japonska je še danes pretežno budistična država (Šantić 1964, 191).

Budizem je poimenovan po Budi, ki se je sprva imenoval princ Sidharta Gautama. Toda Buda ni osebno ime, pač pa je spoštljiv naslov, ki pomeni prebujenost, budnost, ovedenost, razsvetljenost. Buda je živel in umrl. Dosegel naj bi najpopolnejše možno razumevanje stvarnosti, razumevanje, kaj je prava svoboda. Odločil se je za iskanje resnice, ki bi vodila do popolne osvoboditve trpljenja. Ko je našel resnico, je življenje posvetil temu, da je druge učil o svojih spoznanjih. Učil je, da so stvari videti takšne, kot so. Po mnenju budistov je človek sestavljen iz minljivega telesa in iz toka misli, mentalnih stanj in zavesti s pridruženimi čutnimi zaznavami, občutji, čustvi in hotenji (Partridge 2009, 188–189).

Budizem je na Japonsko prodrl leta 522, ko je korejski kralj podaril cesarskemu dvoru na Japonskem spise Sutra in Budove slike. Že leta 572 pa je budistična vera prodrla na cesarski dvor in se hitro razširila po državi. Budizem, ki je prišel na Japonsko, je bil drugačen od tistega, ki se je razvil v Indiji, prvotnega budizma, saj je ta bil že razvit. Bil je poln svečanih obredov in zgrajen na podlagi idealistične filozofije. Prav tako je začelo nastajati veliko število različnih sekt, ki jih v začetku ni bilo in so začele nastajati vzporedno z razvojem budizma. Učitelji budističnih sekt so pisali komentarje na temo budističnih spisov Sutra in prav ti komentarji najbolje prikazujejo, da so japonski budisti imeli budizem za filozofijo in ne vero, kot nov nauk in ne religijo, kot novo kulturo in neizčrpano zakladnico umetnosti in so budizem tudi tako študirali. Prva posebnost japonskega budizma je v tem, da je zasnovan po šoli mahajami. Splošni namen japonskega budizma je, da postanejo vsi ljudje Bude. To lahko postanejo tudi kot navadni verniki, ne samo kot svečeniki. Druga posebnost je v njegovem odnosu do države. Princ regent Šotoku Taiši je kot prvi prišel na idejo, da bi državo postavil pod zaščito budizma. Toda v kasnejšem razvoju, ko so se pojavile številne sekte in je dobil značaj ultranacionalistične religije, je postal budizem vera »družbe«. Namen, ki ga je zasledoval, je bil sreča in napredek naroda in države ter želja, da bi postal kasneje spet »budizem naroda in doma«, ki bi bil ozko povezan s šintoizmom (Šantić 1964, 194–195).

4.3 Konfucionizem

Konfucionizem ni vera, je bolj filozofija in nauk. Je etični sistem, ki ga je zasnoval Kitajec Konfucij med letoma 551 in 479 pred našim štetjem. Na Japonsko naj bi konfucionizem prišel nekje leta 274 iz Koreje (Šantić 1964, 196–197). Izraz konfucionizem je nastal na Zahodu, njegov vir pa je pri jezuitskih misionarjih, ki so ime velikega misleca polatinili v Confucius (Partridge 2009, 396). Konfucionizem ne priznava bogov in ne veruje vanje. Je sistem moralnih pravil. Moralna popolnost brez katere koli verske primesi se lahko doseže samo z največjimi duševnimi napori, a največje jamstvo, da se ta cilj doseže, je moralna čistost duše, zato pa je potrebno pošteno in moralno življenje, ljubezen in pokornost do staršev, popolna zakonska zvestoba, pravičnost, vljudnost, čista vest, spoštovanje družine, oblasti in predvsem cesarja kot edinega suverenega božjega predstavnika na zemlji, ki mu mora biti vsakdo do skrajnosti pokoren (Šantić 1964, 196–197). Konfucionizem najbolj poudarja etični pomen razmerij med ljudmi ter odkriva in utemeljuje moralo v božanski transcendenci. Pri budistih je največja vrlina sočutje, pri kristjanih ljubezen, pri konfucionizmu pa človečnost. Konfucij v veliki večini svojih nauk poudarja etično razsežnost človečnosti (Partridge 2009, 396–397).

Japonska pred prihodom konfucionizma ni poznala pisave, konfucionizem pa jo je prinesel s Kitajske in jo začel širiti med japonskim prebivalstvom, kar je izredno pomemben dogodek za japonski narod. Zakon Ricurja, po katerem so uredili prosvetno delo na Japonskem, je nastal prav pod vplivom konfucionizma. Iz njega pa so vrgli vse naprednejše Konfucijske zamisli. Za veliko večino ljudi, ki so bili takrat še neizobraženi, so bili Konfucijevi nauki pretežki in so tako raje ostali zvesti budizmu, so pa zato Konfucijev nauk z veseljem sprejeli aristokrati. Konfucijanske ideje o osebnih odnosih v družini in družbi so naletele na Japonskem na širok odmev. To je bila kal osebne vdanosti človeka nižjega razreda višjemu, predvsem pa podložnika vladarju (Šantić 1964, 196–197).

Ko so začeli prodirati na Japonsko številni vplivi z Zahoda, je začel vpliv konfucionizma padati. Čeprav je prišlo v začetku Meidžijeve dobe do hitrega širjenja zahodnjaške civilizacije in kulture, je vlada ostro nastopila proti tistim, ki so se navduševali za svobodo in za pravice ljudstva, in se je odločila, da obnovi tudi vpliv konfucionizma in šintoizma. Tako je bila izdana cela vrsta zakonov, ki so do skrajnosti okrepili cesarski sistem, vpeljali stroga moralna pravila, ki so zahtevala spoštovanje staršev, ljubeznivost do bratov, soglasje v družini, zaupanje med prijatelji. To so bile kreposti, ki jih je moral gojiti vsakdo. Cilji »japonizma«, ki so pripeljali do kitajsko-japonske in kasnejših vojn, so temeljili na konfucijanskem nauku. Vojna je bila za Japonce nekaj normalnega in samo po sebi razumljivega. Tako se je prvotni Konfucijev nauk izmaličil in spremenil v militaristično etiko, ki je pahnila Japonsko v vojno na Pacifiku in v poraz. Kasneje so z vsemi demokratskimi reformami po drugi svetovni vojni na Japonskem izločili vse konfucijske elemente iz vseh šolskih in prosvetnih knjig (Šantić 1964, 196–197).

4.4 Krščanstvo

Krščanstvo je prišlo na Japonsko sredi 16. stoletja. Krščanstvo se na Japonskem sicer ni zelo razširilo, vendar ima vseeno določen vpliv na etiko (Zakrajšek 1992, 50).

Hidejoši Tojotomi je leta 1587 na zahtevo budističnih svečnikov prepovedal krščansko vero in pregnal iz države vse krščanske misionarje. V času vladanja šogunata Tokugave je bila prepovedana celo trgovina s tujino in tako je bila Japonska takrat dobesedno odrezana od sveta. Za to so bili delno krivi tudi kristjani sami, saj so s sabo na Japonsko prinesli inkvizicijske metode, smešili so japonske bogove, razbijali malike, skrunili svetišča in jih požigali, hkrati pa pridigali o ljubezni in usmiljenju. Kristjani so poskušali prikazati papeža ne samo kot duhovnega poglavarja, ampak tudi kot vladarja vseh vladarjev. Zaradi tega se je zdela nova vera japonskim voditeljem nevarna in so jo začeli preganjati (Šantić 1964, 197–198).

Vendar danes, ob vse večjem sodelovanju Japonske z Zahodom, so Japonci dodobra naštudirali krščansko vero, tako moralo kot običaje. Japonci se zavedajo dejstva, da je to potrebno za uspešno medsebojno poslovanje in kulturno sporazumevanje, zato jih tudi moti dejstvo, da česa podobnega v večji meri ne počne Zahod (Zakrajšek 1992, 50).

Japonci, kot praktičen narod, uporabljajo koristne, zanimive in lepe običaje iz vseh ver, ne da bi imeli pri tem kakšna globlja religiozna čustva. Tako ob rojstvih in porokah uporabljajo šinta ceremoniale, ob pogrebih in obletnicah pa budistične (Zakrajšek 1992, 50).

5 JAPONSKA KULTURA

5.1 Splošna japonska kultura

V dveh tisočletjih svoje zgodovine, v času, ko je gotovo docela izbrisal ali vsaj močno zabrisal vse jasne sledove, po katerih se je oblikoval današnji enotni japonski narod, so Japonci izoblikovali enoten način življenja in svoj tip kulture (Šantić 1964, 163).

Na dolgo časa izoliranih tleh japonskega arhipelaga so se mešali številni vplivi različnih kultur, kitajske, indijske in zahodne civilizacije. Vse te kulture, ki so si po svojem izvoru zelo različne, so na japonskih tleh našle ugodna tla tako za sožitje kot medsebojno spajanje in mešanje s kulturnimi značilnostmi, ki so že bile izoblikovane med takratnim prebivalstvom Japonske, večinoma sestavljenim iz bojevitih plemen, ki so vdiral na Japonsko. Čeprav je bil japonski narod strog in neizprosen do svojih tradicij in običajev, je bil vendar vselej pripravljen sprejemati in si prikrajati zunanje vplive (Šantić 1964, 163).

Japonska je država, za katero je izrazito značilna homogenost, egalitarnost, skupinska orientacija, kolektivne vrednote so močne in prevladujoče (Ferfila in drugi 2001, 573).

5.1.1 *Jezik in pisava*

Japonščina je jezik, ki se govori le na Japonskem, je jezik, ki zelo upošteva razlike v družbi, saj odraža različne kulturne vzorce. Japonščina je seksističen jezik, ker ima različne besede, poudarke in izraze tako za moške kot ženske. Moški jezik je nekako bolj napadalen in grob, medtem ko je ženski jezik veliko bolj mehak, vljuden ter ponižen. Poleg tega, da je japonščina seksistična, vsebuje tudi hierarhične sestavine (Ferfila in drugi 2001, 575).

Japonski jezik ima vrsto besednih parov, od katerih eden pomeni vidno pojavnost, drugi pa stvarnost pod površjem (Ferfila in drugi 2001, 583). Trije takšni pari so še posebej pomembni. Prvi je *tatema* in *hon*. *Tatema* se nanaša na uradno sprejeto pravilo, *hon* pa na občutke in želje, ki jih ni mogoče javno izraziti zaradi moči *tatema*. Včasih se lahko obe normi tudi prekrivata. Drugi par se nanaša na dvojnost zakonitega in polzakonitega ali celo nezakonitega – obraz (*omote*) in ozadje (*ura*). V poslovnem svetu se na primer denar *ura* obrača s transakcijami *ura* in oplaja z aktivnostmi *ura*. Tretji par je sestavljen iz *soto* – zunaj ali zunanji in *uchi* – znotraj ali notranji. Kadar se govori o članstvu v skupini, se dihotomija uporablja za *insiderje* in *outsiderje*. Kadar govorimo z *outsiderji*, zaposleni pogosto govorijo o svojem podjetju kot *uchi* in tako potegnejo črto ločnico med »njimi« in »nami«. Takšna dvoličnost, ki sicer ni značilna samo za japonski jezik, saj se pojavlja tudi v drugih jezikih, se v japonskem diskurzu pojavlja ves čas z namenom, da brani in legitimizira moralno nesprejemljive pojave kot realnost, ker *le-ta* pač obstaja (Ferfila 1999, 207–208).

5.1.2 *Povprečna japonska oseba*

Japonci so narodno izjemno ponosni in občutljivi. Ko gre za blaginjo naroda, lahko postanejo skrajno šovinistični in lahko prenašajo vse grenkobe in težave državnega poraza ter stiske. Zanje so važnejše skupne narodne koristi od osebnih in družinskih. Imajo velik občutek pripadnosti in dolžnosti. Vedno poskušajo narediti, kar jim je naročeno in delati po pričakovanjih svojih nadrejenih ter sodelavcev. Njihov koncept discipline in dela temelji na strahu pred osramotitvijo in nesprejemanjem drugih (Hanna and Hoffer 1989). Japonci so izjemno marljiv narod in kljub temu da stremijo po boljših zaposlitvah, ni zanje nobeno delo sramotno. Japonec dela, kolikor je pač potrebno (Šantić 1964, 186). Da jim delo ne predstavlja težav, dokazujejo vse trgovine, restavracije in pa tudi uradi, ki so odprti tako ob sobotah kot nedeljah (Ferfila 1999, 27).

Japonce ničkolikokrat imenujejo »imitatorski« narod, saj so iz tujine prevzeli vse, kar se jim je zdelo koristno in praktično. To so začeli proizvajati na svoj način, saj so stvari izboljšali po svoje (Šantić 1964, 104). Japonci so izjemno večji v skrivanju svoje tehnologije in proizvodnih postopkov, kar kaže na to, da so večino svojega proizvodnega znanja pridobili z industrijskim vohunjenjem (Ferfila 2007, 848).

Za povprečnega Japonca je značilno veliko pripisovanje pomena sporazumevanju, tako oblikam, načinu kot stilu. Opazovanje sogovornikovega izraza na obrazu in govoricu telesa, ki lahko povedo veliko več o sogovorniku kot njegove besede. Za Japonce je značilno ravno to, da lahko z nebesednim sporazumevanjem ustvarijo videz neobčutljivosti in ravnodušnosti, ki je v njihovi kulturi zelo pomembna. Takšen način obnašanja se imenuje *tatemaie* in je primeren za v javnost. Kadar Japonec ne bo želel sodelovati v določenem pogovoru ali si ne bo želel biti vključen v določeno družino, si bo nadel izraz *širankao* oziroma »nič ne vem«. Smehljaj bo uporabil v neprijetnem položaju, najbolj cenjeno pa je presenečenje, ki pomeni obliko laskanja in je običajno močno pretirano. Pri pogovoru z Japoncem prav tako ni vljudno gledanje v oči oziroma buljenje, zlasti pri starejših. Izogibanje direktnemu stiku z očmi je za Japonce tudi način ohranjanja zasebnosti v velikih gnečah, ki so značilne za velika mesta (Ferfila 1999, 17). Japonci poznajo dve obliki obnašanja, in sicer njihov »privatni« jaz in »javni« jaz, kar zna velikokrat zмести tujce. Japonec je lahko izjemno formalen in resen v javnosti a zelo prijeten, sproščen na privatni zabavi. Menedžerji so v javnih situacijah zelo pod pritiskom in visoko motivirani, da izpolnijo pričakovanja drugih, saj osramotitev na javnem mestu ni opcija. Japonci, ki se odkrito hvalijo pred drugimi s svojimi dosežki in samimi sabo in so hkrati odkrito ponosni na svoje družinske člane in sorodnike, se smatrajo za arogantne (Swierczek in Onishi 2003, 200, 202).

Japonska je posebna tudi v tem, da velika večina Japoncev tudi samih verjame, da so nekaj posebnega. Sociologi običajno opredeljujejo Japonsko kot »skupinsko družbo«, ki ima tri ravni drugačnosti:

1. Na osebnotnem, psihološkem nivoju so Japonci običajno prikazani kot osebnosti z ne dovolj razvitim egom, nesamostojnim jazom. Japonci naj bi bili psihološko mnogo bolj nagnjeni k temu, da iščejo zadovoljstvo v svoji odvisnosti in pripadnosti nadrejenemu.
2. Na ravni medsebojnih, medčloveških odnosov je najpomembnejše ohranjanje harmonije znotraj skupine. V tem smislu so posebno skrbno uravnavani odnosi med nadrejenimi in podrejenimi.
3. Na ravni medskupinskih odnosov se poudarja, da je Japonska »konsenzualna družba«, v kateri skupine na različnih področjih lahko vzpostavijo dialog in dosega sporazum. To je razlog velike stabilnosti in povezanosti japonske družbe, kar je vedno omogočalo vodjem v ekonomiji, politiki, pa tudi v vojaštvu, da so relativno hitro in učinkovito mobilizirali ljudi za doseg ciljev. To je bil tudi eden ključnih vzvodov pri »gospodarskem čudežu« Japonske po drugi svetovni vojni (Ferfila 1999, 195).

5.1.3 Olika in običaji

Japonska naj bi imela največ pravil, ki se navezujejo na poslovno vedenje v svetu. Verjetno ga ni naroda na svetu, ki bi imel toliko praznikov kakor prav Japonci. Izjema je novo leto, ki velja za enega največjih praznikov v letu, medtem ko ob nekaterih splošnonarodnih praznikih Japonci vedno delajo. Praznično veselje in svečanost jih ne ovira, da ne bi opravili svojih dolžnosti pravočasno (Šantić 1964, 170, 188).

5.1.4 Književnost, umetnost in gledališče

Dokler niso Japonci dobili kitajske pisave niso imeli svoje pisane književnosti. Kljub temu je književnost živela med narodnimi pesmimi in povestmi, ki so se prenašale iz roda v rod. Pisna književnost se je začela razvijati šele po letu 284 (Šantić 1964, 199–202).

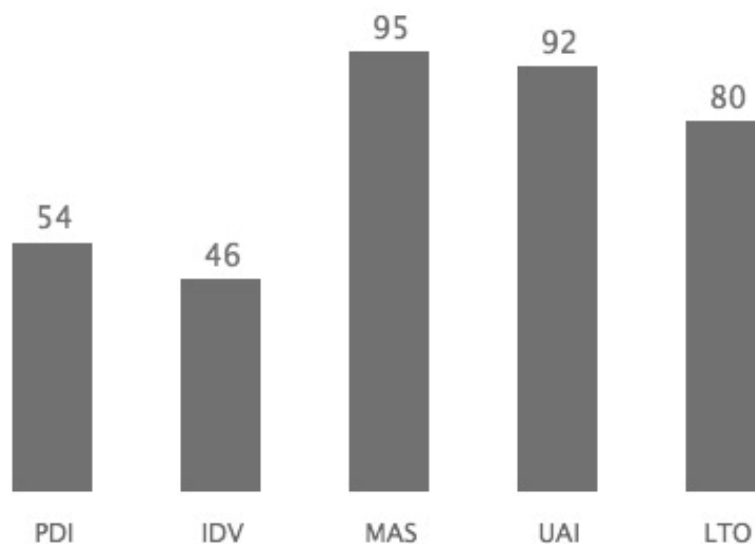
Tako kot književnost sta razvita tudi umetnost in gledališče. Njihova dramska umetnost ima izvor v mitologiji, o kateri govorita dve znameniti zbirki mitov in legend: Kodžiki in Nibonšoki. Kabuki velja za najpomembnejšo japonsko dramsko umetnost, saj številni poslovneži svoje pomembne poslovne partnerje peljejo na ogled predstave kot namen spoznavanja kulture in medsebojne povezanosti ob druženju na prijetnih dogodkih (Šantić 1964, 205–207).

5.1.5 Sodobna japonska kultura in subkulture

Japonska sodobna ali moderna kultura je veliko manj formalna kot tradicionalna. Veliko stvari je uvoženih iz zahodne kulture, kot baseball, priljubljena izvožena zabava pa so karaoke.

Kot v vseh drugih kulturah tudi v japonski obstajajo številne subkulture, ki so vezane na rasno delitev japonske družbe, spol, starost, religijo in poklic. S takšno subkulturo so povezane razlike v možnosti dostopa do številnih virov, vključno z ekonomskimi privilegiji, politično močjo, družbenim ugledom, informacijami, znanjem. V tem smislu je na Japonsko potrebno gledati kot na družbo več kultur in več slojev (Ferfila in drugi 2001, 573). Nekatere subkulture so prevladujoče, močne, kontrolirajoče in tvorijo osrednjo subkulturo oziroma jedrno subkulturo. Takšen primer je menedžerska subkultura na področju poklicnih kultur, subkultura velikih korporacij na področju podjetniških kultur ali moška subkultura pri kulturi spolov, tokijska subkultura na področju regionalnih kultur. Spet druge subkulture so manj pomembne, obrobne, na primer subkultura honorarnih delavcev, žensk, vasi (Ferfila 1999, 199).

5.1.6 Japonska kultura skozi Hofstedejeve dimenzije nacionalne kulture



Slika 1: Hofstedejeve dimenzije kulture za Japonsko

Vir: Hofstede 2012

Slika prikazuje različne dimenzije nacionalne kulture po Hofstedeju za Japonsko. Stolpci predstavljajo pet dimenzij nacionalne kulture, in sicer: razliko v moči (PDI), individualizem (IDV), spol (MAS), resnico (UAI) in dolgoročno usmerjenost (LTO). Čim višji je stolpec, tem večja je razlika v moči, tem bolj je družba individualistično usmerjena, je bolj moška kakor ženska družba, tem bolj se izogiba negotovosti in višji kot je stolpec dolgoročne usmerjenosti, tem bolj je družba usmerjena v dolgoročnost in ne v kratkoročnost. Potrebno je poudariti, da tukaj ne gre za procentualni delež, pač pa za točke.

Razlika v moči

Na lestvici razlike v moči se Japonska uvršča na sredino lestvice, kar pomeni, da se japonska družba uvršča med srednje hierarhične družbe. Japonci so vedno pozorni oziroma ozaveščeni o hierarhični poziciji, ki zadeva katerokoli javno in socialno stvar, vendar Japonska ni tako izrazito hierarhična kakor večina preostalih azijskih kultur. Tujci Japonsko izkusijo kot izjemno hierarhično predvsem zaradi poslovnih izkušenj o izjemno počasnem sprejemanju odločitev. Vse odločitve morajo biti potrjene s strani vsake od hierarhičnih ravni in na koncu še s strani vrhnjega menedžmenta. Njihovo počasno in hierarhično sprejemanje odločitev je pokazatelj tega, da pri njih ni enega človeka na vrhu, ki bi sam sprejel vse odločitve, kot je to značilno za bolj hierarhične družbe. Drugi pokazatelj tega, da Japonska ni država z veliko oddaljenostjo od moči je ta da je Japonska vedno bila država najzaslužnejših. Na Japonskem vlada močno prepričanje v izobraževalnem sistemu, da so vsi rojeni enaki, z enakimi možnostmi in da se vsakdo lahko prebije v ospredje in doseže svoje cilje, če dovolj trdno dela in se trudi (Hofstede 2012).

Individualizem

Japonska velja za kolektivistično kulturo in ne individualistično. Kultura ima veliko značilnosti, zaradi katerih jo lahko uvrščamo med kolektivistične kulture. Harmonijo skupine in skupinsko dobro Japonci postavljajo pred individualnega človeka in individualne opcije. Toda kljub temu japonska družba ni tako zelo kolektivistična kot nekatere njene azijske sosede. Japonci so znani po svoji lojalnosti določenemu podjetju, medtem ko so na primer Kitajci bolj znani po tem, da lažje »skačejo« iz podjetja v podjetje. Vsekakor pa je lojalnost in privrženost podjetju nekaj, kar so ljudje izbrali sami zase, kar pa je individualna stvar. Lahko bi rekli, da je japonska kolektivističnost situacijsko pogojena, medtem ko so ljudje v bolj kolektivističnih družbah zvesti svoji notranji rojstni skupini, kot so na primer razširjena družina in lokalne skupnosti okoli njih. Japonci so videni kot kolektivistični narod z vidika zahodnih narodov in kot individualistični narod z vidika azijskih narodov. Japonci so bolj zadržani in zasebni kot drugi azijski narodi (Hofstede 2012).

Spol

Japonska je izrazito moška družba, vendar pa se v kombinaciji z njenim kolektivismom ne opazi njene odločnosti in tekmovalnosti, ki sta pogosto pokazatelj bolj moških kultur. Pri zelo nizki starosti v vrtcu se otroci naučijo tekmovalnosti ter se hkrati naučijo premagovati nasprotno skupino. V korporativni Japonski lahko vidimo, da so zaposleni najbolj motivirani, ko se znajdejo v zmagovalni ekipi proti svojim tekmečem. Odraz izrazito moške družbe je tudi njihova perfekcija v materialih in produkciji ter v materialnih storitvah, kot so hoteli in restavracije, pa tudi v prezentaciji, na primer prezentaciji zavijanja daril in prezentaciji hrane

na vsakem koraku življenja. Tudi značilna japonska deloholičnost je odraz njihove izrazito moške kulture. Ženskam je še vedno težko ter zelo ovirano, da bi se povzpele do višjih menedžerskih položajev v družbi, ki je tako izrazito moška z neskončnimi delovnimi urami in trdim delom (Hofstede 2012).

Resnica

Japonska je ena od držav z najvišjo stopnjo izogibanja negotovosti na svetu. Ta stopnja je pogosto povezana z dejstvom, da je Japonska neprestano na udaru možnih naravnih nesreč, kot so potresi in cunamiji. Pod takšnimi pogoji se je Japonska naučila, kako biti pripravljena na kakršnokoli nepričakovano situacijo. To ne velja samo za nujne plane v primeru nenadnih naravnih nesreč, ampak tudi za vse mogoče zaplete, ki zadevajo družbo. Lahko bi rekli, da karkoli naredijo, je predpisano največji možni predvidljivosti. Od zibke do groba je življenje polno ritualov in raznih obredov. Japonci imajo začetne in končne obrede ob vstopu in zaključku v vsako šolo, ki se dogajajo ob skoraj istem času po vsej državi. Kaj imajo ljudje oblečeno in kako naj se ljudje obnašajo na porokah, pogrebih in ostalih pomembnih družbenih dogodkih, je točno določeno in točno predpisano z velikim poudarkom na detajlih. V korporativni Japonski posvetijo veliko časa in truda projektom, da preverijo vse možne rizične faktorje, ki morajo biti odpravljeni, preden se lahko nek projekt sploh začne. Menedžerji se pozanimajo o vseh možnih ovirah in tveganjih, preden začnejo sprejemati morebitne odločitve. Ta velika potreba po izogibanju negotovosti je eden od razlogov, zakaj so spremembe na Japonskem tako težko izvedljive (Hofstede 2012).

Dolgoročna usmerjenost

Japonska je država, ki je izrazito dolgoročno usmerjena. Japonci vidijo svoje življenje kot zelo kratek moment v zelo dolgi zgodovini človeštva. Gledano iz te perspektive, fatalizem ni nič čudnega za Japonce. Največ, kar lahko storiš v življenju, je, da daš vse od sebe. Predstava o enem in samo enem vsemogočnem bogu je Japoncem tuja. Ljudje živijo svoje življenje po vrlinah, krepostih in praktičnih izkušnjah. V današnji Japonski je dolgoročna usmerjenost vidna v konstantni visoki stopnji investicij v raziskave in razvoj (tudi v času krize), višjem kapitalu, prednosti zdrave rasti trga in razvoju kot pa dobičku. Vsi so naklonjeni uspešnosti podjetja. Ideja za vsem tem je, da podjetja ne obstajajo zato, da bi dosegala ogromne dobičke za delničarje, pač pa da služijo lastnikom, potrošnikom, družbi, da bi bila torej uspešna še dolge generacije (Hofstede 2012).

Ta komponenta nacionalne kulture je tesno povezana z naukom konfucionizma in je lahko interpretirana kot družbeno iskanje vrlin, kjer se družba praktično raje naslanja na prihodnost kot na kratkoročen pogled v preteklost (Hofstede 2012). Ideja je predvsem stabilnost družbe, ki naj temelji na odnosih med ljudmi, družina naj bi bila prototip vseh kasnejših odnosov v

življenju Japoncev, odnosi med ljudmi in ravnanja naj bodo takšna, kot so zaželjena tudi z druge strani in življenje naj bi bilo namenjeno doseganju čim več, delu in pozitivnim vrednotam, kot so poslušnost, vdanost, obvezanost in harmonija, kar velja za načela konfucionizma (Herbig in Jacobs 1998, 22).

5.2 Poslovna japonska kultura

5.2.1 Japonske hierarhične in poslovne navade

Japonska je ena izmed držav, pri katerih je treba pri poslovanju upoštevati zelo veliko napisanih in nenapisanih pravil: kako se obnašati, kako obdarovati, kdaj govoriti. Med najpomembnejše zadeve zagotovo sodi spoštovanje hierarhije v japonski družbi in strogo pravilo, da Japonec pri poslovnem pogovoru, ki je hierarhično podrejen, sme govoriti šele, ko ga za mnenje povpraša nadrejeni. Vse, kar se skuša dogovarjati z nadrejenimi preko njihovih podrejenih, je že vnaprej obsojeno na neuspeh, čeprav je res, da lahko podrejeni velikokrat primorejo, da sploh pride do srečanja z nadrejenimi (Zakrajšek 1992, 111). Za tujce je sicer najtežja zadeva, da najdejo osebo, ki je odgovorna za predmet ali temo, o kateri se želijo pogovarjati. Navadno se procedura zelo poenostavi in časovno skrajša, takoj ko najdejo odgovorno osebo (Izvozno okno 2012b). Ravno tako Japonci neradi vidijo in jih dejstvo, da so njihovi sogovorniki na odgovornih mestih mladi, včasih tudi premladi, moti. V takšnih primerih Japonci ocenijo, da do tako vplivnega položaja niso prišli zaradi svojih izkušenj in po normalni lestvici napredovanja. Čeprav se z novimi merili, ki temeljijo na sposobnosti, to že počasi spreminja.

Japonci se navdušujejo in pokažejo veliko zanimanja, interes za vse, kar je novo. Ni jih mogoče pritegniti s stvarmi, ki so že zastarele in znane. Zanje so zanimive nove tehnologije, izdelki, koncepti, ideje, metode, materiali, patenti in pa tudi nove možnosti za sodelovanje in trgovanje s svetom. Toda potrebno se je zavedati dejstva, da je denar za razne investicije zadnja stvar, ki Japonce zanima pri pogovoru s tujci. Denarja imajo sami dovolj, stremijo po novih idejah in vizijah, kam se usmeriti, kako razmišljajo drugi, kam in kako vlagati denar. Od tujcev, ki želijo uspeti na Japonskem, se pričakuje fleksibilnost, stalno iskanje novih možnosti in predvsem veliko mero potrpežljivosti ter vztrajnosti do dela (Zakrajšek 1992, 111–112).

Kar se tiče predstavitve izdelkov, je najboljši način priprava kataloga, ki mora biti v brezhibni japonsčini. Poleg kataloške predstavitve so priporočljive tudi predstavitve izdelka, tehnologije, opreme, ki pa morajo potekati v najbolj luksuznih hotelih (Zakrajšek 1992, 113).

Kljub vsej tehniki ter informacijskim in transportnim možnostim ostajajo neposredni stiki med ljudmi bistveni za uspešno komunikacijo in uspešno poslovanje. Za Japonce je značilno,

da se zelo težko in počasi odločajo za sodelovanje, ne iščejo velikih in hitrih dobičkov, ampak jih zanima posel dolgoročno. Ko se Japonci enkrat na nekoga navežejo in mu zaupajo, se lahko računa na dolgoročno sodelovanje in prijateljstvo, kjer manjše napake niso nesprejemljive. Poznanstva in priporočila so najpomembnejša pri navezavi stikov (Zakrajšek 1992, 114). Najbolj uspeh zagotavljajoči in zanesljivi so tisti kontakti, ki so vzpostavljeni z različnimi priporočili. Kadar se odgovorna oseba išče preko telefona, je treba vedeti, da so Japonci najbolj zadovoljni v primeru, da se prva predstavitev opravi v japonsčini (Izvozno okno 2012b).

Če na Zahodu velja, da se talentov in dobrih lastnosti ne skriva, potem velja na Japonskem precej drugače. Sposoben sokol ne kaže svojih krempljev (Zakrajšek 1992, 115).

5.2.2 Srečanja, pogajanja in dogovori z Japonci

Pri Japoncih je zelo pomembno, kaj se jim ponuja (in preden pridejo v fazo pogajanj, izberejo le najboljše), še bolj pa kako se jim to ponuja. So korektni in točni. Vedno pridejo na dogovor minuto ali dve prej. Evropske akademske četrt ure pri njih niso v navadi in vzbujajo veliko nelagodja pri dogovorjenih. Pogovori potekajo v posebni sobi, kamor pripelje obiskovalca zelo lepo urejeno in vljudno osebje, pozdrav ob prihodu je dostojanstven, s poklonom. Številni Japonci so že prevzeli zahodno navado – rokovanje, vendar pa je veliko galantneje opraviti pozdrav samo z lepim poklonom (Ferfila 1999, 17). Kadar je situacija nejasna, ali bo prišlo do priklona ali stiska roke, je najbolje počakati, da Japonci naredijo prvi korak (Izvozno okno 2012b). Na sestankih z Japonci se je dobro izogibati dolgim stikom z očmi, saj je to zanje nevljudno. Tako Japonci pogosto zaprejo oči tudi na sestankih, predavanjih, kar prekine povratno komunikacijo (Ferfila 1999, 17). Prav tako je nezaželeno kazanje s prsti, nenadne kretnje, brisanje nosu v javnosti, dotikanje in prekinjanje tišine sredi sestanka, saj le-ta pogosto pomeni, da japonski poslovni partner sprejema odločitve (Jazbinšek 2012). Velik poudarek je na samem zunanem izgledu poslovneža, ki pride v japonsko okolje. Moški so večinoma oblečeni v temne obleke z barvno usklajenimi kravatami in črnimi kovčki. Kljub temu da japonski poslovneži ne pričakujejo, da se jim naklonjenost izkaže s tem, da se obleče v kimono, je treba paziti, da je leva stran kimona ovita preko desne, saj v nasprotnem primeru simbolizira smrt (Jazbinšek 2012)

Ko pride do sedežnega reda poslovnih sestankov, Japonec, ki vodi pogovore, sede na prvo mesto v vrsti, prvi podrejeni pa njemu nasproti. Navadno se sedi tako, da se sede na lastna meča, kar zna biti za tujce razmeroma naporno, sedenje po »turško« pa je za Japonce preveč izzivalno in je sprejemljivo v bolj sproščenem vzdušju (Zakrajšek 1992, 116).

Za Japonce je zelo pomembno, da se zveza in stiki vzdržujejo tudi po prvem stiku. Vzdržuje se jih z obiski, vljudnostnimi pismi, čestitkami, informacijami. Ob vsem tem pa Japonci obožujejo drobne pozornosti in izvirna darila (Zakrajšek 1992, 117).

5.2.3 *Izmenjava vizitk*

Na srečanjih vedno pride do izmenjave vizitk, na katerih morajo biti natančno zapisane funkcije in naslovi njihovih lastnikov. Japonci še posebno cenijo, če so vizitke napisane v japonščini (Zakrajšek 1992, 119). Japonci ne razumejo besede »visit card«, kot jo poznajo v večini drugih držav, ampak poznajo »name card« ali »meši« v japonščini (Izvozno okno 2012b). Zanimivo je to, da se vizitke ne izmenjavajo samo na poslovnih sestankih. Pogosto imajo vizitke tudi tisti, ki ne delajo v kaki instituciji, saj se z izmenjavo vizitk po njihovem mnenju olajša uvodni stik in zmanjša možnost, da ne bi vedeli imena ali naziva osebe, ki so jo srečali. Za izmenjavo vizitk obstaja pravi postopek kako ravnati pri predaji in prejemu vizitke:

- vizitke ne smejo biti umazane ali zmečkane,
- vedno jih mora prva izročiti po položaju nižja oseba,
- s predajo vizitke se je potrebno tudi predstaviti,
- vizitka se poda v višini prsi, po možnosti z obema rokama,
- obrnjena mora biti tako, da prejemnik lahko takoj prebere napisano,
- tudi ko se prejme vizitko, jo je potrebno sprejeti z obema rokama in jo držati tako dolgo, da sogovornik odloži prejeto vizitko,
- na mizi je vizitko potrebno imeti tako dolgo, dokler se ne zapomni imena in naziva, kajti sogovornika je treba nasloviti z obojim,
- če sogovornik sam ne ponudi vizitke, se ga zanjo navadno prosi ob koncu pogovora (Ferfila 1999, 16–17).

Na vizitko se nikoli ničesar ne zapisuje, saj to Japonci smatrajo kot ignoranco. Na vizitki morajo biti zapisane le najpomembnejše informacije, vendar mora biti standardne velikosti, da se lahko spravi v album za vizitke. Med večdnevni obiskom se lahko razdeli tudi več kot petdeset vizitk, zato jih je treba imeti vedno dovolj, da jih ne zmanjka. Spoštovanje navad in upoštevanje le-teh pri Japoncih vedno prinese prednost za boljši odnos in morebitno sklenitev posla (Jazbinšek 2012).

5.2.4 *Japonski pogajalski slog*

Hrastelj (2001, 69), navaja devet značilnih točk japonskega pogajalskega sloga:

1. Japonci delujejo skupinsko in poudarjajo etnocentričnost, s tem da vztrajajo pri svojih stališčih do skrajnosti. Pogajalski slog je neoseben in navidez nečustven. Logika in drugi razumski argumenti jim za odločitev ne zadoščajo, saj morajo osebam zaupati.
2. Prizadevajo si za trajnejše poslovne odnose.
3. Tuji kupci uživajo prednost pred tujimi prodajalci.

4. V pogajanjih, ki navadno trajajo dalj časa, ne želijo izgubiti »obraz«. V pogajalski skupini je oseba, ki je vodja, ni pa nujno, da prav on vodi pogajanja, vendar zasluži posebno spoštovanje.
5. Japonska kultura je izrazito reaktivna in v njej je tudi molk del pogajanj. Prikimavanje ali druge oblike pritrdjevanja dostikrat pomenijo le, da so razumeli utemeljitve, ne pa da so jih tudi sprejeli.
6. Prednost pogajanjem dajejo na podlagi zaupanja. Pogodba je začetni, ne pa končni korak poslovnega odnosa. Iskanje harmonije je zanje vedno na prvem mestu.
7. So bolj intuitivni in zato manj upoštevajo temeljne analize.
8. Protokol je pomembna sestavina pogajanj. Japonska je najbolj popolna »mrežna« družba, tako horizontalno kot tudi vertikalno.
9. Japonska je najbolj popolna »mrežna« družba, tako horizontalno kot tudi vertikalno.

5.2.5 Obdarovanje

Japonska je izrazito potrošniška družba, kar se kaže tudi v darilih in obdarovanju. Čeprav je pozornost bolj kot darilu namenjena samemu postopku oziroma obredu obdarovanja (Jazbinšek 2012).

Izročanje darila je pravi obred, saj so le-ta običajno skromna, izvirna, pa tudi dragocena, odvisno od priložnosti. Vsa so izjemno lepo zavita v čudovit papir, zato je potrebno najprej nekaj časa občudovati zavito darilo. Obdarovalec sam pove, kdaj želi, da se darilo odpre. Zelo nevljudno je darilo odpreti takoj. Japonci pričakujejo, da se odprto darilo nato zavije nazaj in odnese domov lepo dekorirano. Tehnika zavijanja je temu prilagojena (Zakrajšek 1992, 117–119).

Pogosto se darilo izroči že na prvem poslovnem srečanju, saj se s tem pokaže želja po dolgem sodelovanju. Darila se dajejo in sprejemajo z obema rokama, po navadi ob koncu srečanja, kljub temu pa se gostitelju navadno namigne na darilo že prej, saj presenečenja pogosto niso zaželjena. Kljub temu Japonci darilo enkrat ali dvakrat zavrnejo, preden ga sprejmejo. Kot najprimernejša darila se smatrajo kakovostna vina in viskiji ter knjige, ki izvirajo iz kulture tistega, ki obdaruje (Jazbinšek 2012).

Obiskom se ni potrebno obremenjevati s takojšnjim vračanjem daril. To bodo lahko storili ob drugi priložnosti. Japonci so mojstri obdarovanja, ki mu nekateri v nekaterih državah pravijo tudi podkupovanje. Njihova posebnost pa je v tem, da se natančno držijo zakonov in pravil, ki na tem področju vladajo v kaki državi (Zakrajšek 1992, 117–119).

5.2.6 *Poslovni sestanek*

Staro japonsko izročilo pravi: ko vidiš tujca, najprej pomisli, da je tat. Pri poslu Japonci to načelo upoštevajo že dolga stoletja. Tako Japonci lahko zares ločijo, kaj človek govori, kaj pa zares misli. Na to mora biti sogovornik ves čas pogovora pozoren. Racionalno obnašanje Japoncev vsaj v prvih urah sestanka ne da nobene povratne informacije, kako stvari tečejo. V pogovoru oziroma razgovoru ni primerno takoj preiti na konkreten posel, zato razprava teče najprej o splošnih zadevah na področju delovanja podjetja. Gre za uvodno testiranje in ogrevanje. Japonci se pred sestankom zelo dobro poučijo o zadevah, zato je vsako napačno navajanje podatkov ali zavajanje že vnaprej obsojeno na neuspeh. Pogajanja z Japonci lahko trajajo tudi dlje časa, saj želijo zadeve preučiti v širšem krogu, zato potrebujejo vsaj dan ali dva. Prav tako je potrebno povedati, če se z več Japonci pogovarja o istem delu (Zakrajšek 1992, 120–121).

Prvo in zelo značilno, kar tujec opazi, je, da mu Japonec praktično na vsak stavek odgovori z »hai«, kar pomeni da. To seveda ne pomeni, da se s povedanim strinja, pač pa da je razumel povedano. Zadeva postane sumljiva, ko se število »hai« zmanjša in ko se Japonci začnejo med seboj spogledovati, pogosto pa se kdo tudi nasmeji. Pogovor je takrat na mrtvi točki zaradi zapeljane teme, utrujenosti ali drugega razloga in ga je najbolje prekiniti za določen čas. Pogovori so za stranko ugodni, če je stalno prisoten glavni pogajalec in če Japonci veliko sprašujejo. Ob zaključku sestanka je zelo pomembno, da se napiše zaključek v japonščini, saj sta obe stranki na ta način lahko prepričani, da oboji razumejo isto (Zakrajšek 1992, 121–122).

Od japonskih podjetij, s katerimi se vzpostavi kontakt za sodelovanje, se lahko pričakuje tri različne vrste vabil. Kosilo, ki je po navadi nadaljevanje dopoldanskega sestanka in praviloma traja nekje eno uro. Večerja, na katero se po navadi povabi predhodno, da se lahko oblikuje urnik obiska in je navadno omejena s časom, ko odpelje zadnji vlak. Japonski gostitelj zmeraj poskrbi, da izbere restavracijo, kjer ni težav s povratkom v hotel. In tretje vabilo, ogled mesta ali drugih znamenitosti. Takega vabila se ne sme nikoli odkloniti, čeprav se bo gostitelj odpovedal soboti ali nedelji. Vedno je potrebno biti točen in kazati interes za tisto, kar je gostitelj pripravil (Izvozno okno 2012b).

6 JAPONSKO GOSPODARSTVO

6.1 Japonska

Japonska je otoška država in kljub temu da del svoje kulturne dediščine dolguje svojim bližnjima sosedama, Kitajski in Koreji, je zanjo značilna tudi precejšnja mera drugačnosti. Japonska pred tisoči leti ni bila otok, temveč je bila s tankim pasom kopnega vpeta na azijsko celino. Konec ledene dobe pred deset tisoč leti pa je nivo morja tako dvignil, da je poplavelo njen kopenski most. Danes Japonska obsega okoli tisoč otokov, ki so vrhnji deli tri tisoč kilometrov dolgega podvodnega planinskega loka vzdolž vzhodnega dela azijske celine (Ferfila in drugi 2001, 558). Skupna površina Japonske je 377.727 kvadratnih kilometrov in je približno taka kot površina Kalifornije, na njej pa živi skoraj 127 milijonov prebivalcev (Izvozno okno 2012a; Zakrajšek 1992, 33). Osrednji del Japonske so štirje povezani veliki otoki: Honšu, Hokaido, Kiušu in Šikoku, od preostalih manjših otokov je največji in najpomembnejši Okinava (Ferfila in drugi 2001, 558). Glavno mesto Japonske je Tokio. Japonska je ustavna monarhija, ki je razdeljena na 47 prefektur. Cesar Akihito je šef države, vendar je njegova funkcija zgolj simbolična. Zakonodajni organ v državi je dvodomni parlament. Kot zanimivost je 30. avgusta 2011 japonski parlament izvolil novega predsednika vlade in tako je Yoshihiko Noda postal že šesti premier v zadnjih petih letih (Izvozno okno 2012a).

Etnična sestava je zelo enotna, saj je 98,5 % vseh prebivalcev japonske narodnosti, v preostali 1,5 % pa sodijo predvsem Korejci in Kitajci. Prevladujočima religijama šintoizmu in budizmu pripada 84 % prebivalcev. Od vseh prebivalcev, ki živijo na Japonskem, pa jih kar 66 % biva v mestih (Izvozno okno 2012c), toda kljub temu da je zgoščenost prebivalstva v mestih zelo velika, Japonci uživajo visok življenjski standard. Japonska sodi med največje in najrazvitejše države na svetu. Bruto domači proizvod leta 2011 je znašal 4.223,7 milijarde EUR, bruto domači proizvod na prebivalca pa 33.394 EUR (Izvozno okno 2012a; Izvozno okno 2012c).

6.2 Gospodarstvo Japonske

Gospodarstvo na Japonskem se je skozi svojo zgodovino srečevalo z obdobji nagle gospodarske rasti in recesije. Največja recesija se je zgodila po poku mehurčka 1990. leta, z veliko recesijo in upadom gospodarske rasti pa se prav tako soočajo v zadnjem letu, saj jih je marca 2011 prizadel močan potres, ki je sprožil jedrsko nevarnost.

Najpomembnejše storitvene dejavnosti so bančne, zavarovalniške, nepremičninske ter trgovina. Storitveni sektor predstavlja 71,6 % BDP in zaposluje dve tretjini aktivnega prebivalstva (Izvozno okno 2012a).

Industrijski sektor na Japonskem prispeva 27,3 % bruto domačega proizvoda. Japonska je v svetovnem merilu med vodilnimi proizvajalci elektronike, avtomobilov, strojne opreme, železa in jekla. Pomembne panoge so tudi robotika, biotehnologija, nanotehnologija in obnovljivi viri energije (Izvozno okno 2012a).

Japonska ima malo naravnih virov (zlato, magnezij, premog in srebro). Ima veliko morsko območje, zato ima za državo velik pomen ribištvo (Izvozno okno 2012a). Z ribištvom in posebej različnimi oblikami pridobivanja hrane ob obali je tesno povezano onesnaženje morja. Ob hudih zastrupitvah, ki so jih doživeli zaradi uživanja morske hrane pred leti, so sprejeli zelo stroge ukrepe proti onesnaževanju okolja, posebej morja, in so med vodilnimi silami na svetu, ki se borijo za čistejše okolje (Zakrajšek 1992, 36). Le 15 % površin Japonske je primerno za kmetijstvo. Glavna kmetijska pridelka sta čaj in riž. Kmetijsko gospodarstvo je subvencionirano in zaščiteno s strani države. Kmetijstvo prispeva 1,2 % BDP in zaposluje manj kot 5 % aktivnega prebivalstva (Izvozno okno 2012a).

6.3 Gospodarska gibanja na Japonskem

6.3.1 *Gospodarska rast in struktura potrošnje*

V letu 2011 je Japonska imela negativno gospodarsko rast v višini 0,7 %, za leto 2012 analitiki napovedujejo ponovno gospodarsko rast v višini 1,7 %, v letu 2013 1,2 % in v letu 2014 1,6 % gospodarsko rast (Izvozno okno 2012d).

V letu 2011 je zasebna potrošnja dosegla skromno rast v višini 0,1 %, vendar naj bi že v naslednjih treh letih po napovedih ponovno dosegla 1 %. V letu 2011 je javna potrošnja dosegla rast v višini 2 %, vendar za letošnje leto napovedujejo skromnejšo rast za 1,2 %. Tudi v letih 2013 in 2014 naj bi dosegala skromno rast, in sicer manj kot 1 %. V letu 2011 je investicijska potrošnja prvič po treh letih dosegla pozitivno rast v višini 0,7 %. Za letos analitiki napovedujejo nekje 2,8 % rast, ki pa naj bi se do leta 2014 ponovno znižala na 1,3 % (Izvozno okno 2012d).

6.3.2 *Gospodarska politika vlade*

Prioriteta japonske vlade je obvladovanje izjemno visokega proračunskega primanjkljaja, zaradi česar si stalno pušča odprto možnost dvigovanja davkov. Tega do sedaj še ni storila zaradi spodbujanja in oživljanja gospodarske rasti. Je pa fiskalni položaj Japonske verjetno najslabši med vsemi državami razvitega sveta in bo vlada verjetno morala poseči po ukrepu zvišanja davkov (Izvozno okno 2012d).

Japonsko je marca 2011 prizadel katastrofalen potres, ki je povzročil velikansko gospodarsko škodo, tako se je v letu 2011 njihov bruto domači proizvod zmanjšal za 0,5 %. V tem času je bila tudi motena dobava elektrike, saj je Japonska začasno zaprla skoraj vse jedrske elektrarne in so šele letos julija prvič zagnali nedelujoče jedrske reaktorje (Izvozno okno 2012d).

Trenutno največji problem Japonske je njihov zelo visok javni dolg, ki že presega 200 % bruto domačega proizvoda. Zaradi tako velikega dolga so vse ostale razprave, ki zadevajo prestrukturiranje gospodarstva, v senci. Ostale prioritete vlade Yoshihiko Node so še večletna deflacija, odvisnost od izvoza, staranje in krčenje prebivalstva. Japonska je v letu 2011 že tretje leto zapored zabeležila deflacijo, in sicer v višini 0,3 %. Za letos analitiki sicer napovedujejo manjšo inflacijo (0,6 %), vendar naj bi že v letih 2013–2014 ponovno beležili deflacijo v višini 0,3 % in 0,2 % (Izvozno okno 2012d).

6.3.3 *Nezaposlenost in plače*

Stopnja brezposelnosti je v letu 2011 dosegla 4,6 % in naj bi se do leta 2014 gibala na približno isti ravni kot do sedaj (Izvozno okno 2012d). Zadnja zabeležena stopnja brezposelnosti za junij 2012 znaša 4,3 %. Zgodovinsko gledano, je brezposelnost med leti redno nihala za nekje 2,7 %. Najvišja stopnja brezposelnosti je bila julija 2009, in sicer 5,6 %, najnižja pa novembra 1968, ko je znašala le 1,0 %. Število brezposelnih oseb je januarja znašalo 2,91 milijona, kar je bilo 190 tisoč ali 6,1 % manj kot v prejšnjem letu. Število zaposlenih oseb je januarja 2012 znašalo 62,11 milijona, kar je za 480 tisoč ali 0,8 % manj ljudi kakor prejšnje leto. Razlog za znižanje izhaja iz tega, da je na trg vstopilo veliko novih iskalcev zaposlitve (zlasti žensk), kar je začasno povišalo brezposelnost (Trading Economics 2012).

Ljudje, iskajoč višje plače, odhajajo s svojih dosedanjih delovnih mest in raje oddidejo prostovoljno, kot da bi bili odpuščeni s strani delodajalca. Ministrstvo za notranje zadeve ugotavlja, da to predstavlja preobrat v ekonomiji, ki pa ni slab. Razpoložljivost delovnih mest se je v državi v zadnjih osmih mesecih povečala, razmerje med zaposlenimi in iskalci zaposlitve se je v januarju 2012 glede na december 2011 povečalo z 0,71 na 0,73. To pomeni, da je prostih 73 delovnih mest na 100 iskalcev zaposlitve (Trading Economics 2012).

Povprečna mesečna plača na Japonskem je v aprilu 2012 znašala 2.672 EUR bruto (Izvozno okno 2012d).

6.4 Menjava Japonske v svetu

6.4.1 Uvoz in izvoz

Japonska je v letu 2011 zabeležila 14,11 milijarde EUR primanjkljaja v blagovni menjavi. Izvozili so za 566,9 milijarde EUR, uvozili pa za 581,7 milijarde EUR blaga. V letu 2011 so zabeležili presežek na tekočem računu v višini 80,3 milijarde EUR, kar predstavlja 1,9 % bruto domačega proizvoda. Japonska je največja izvoznica strojne, transportne, električne in elektronske opreme pa tudi železa in jekla. V letu 2010 je bil vodilni izvozni trg Kitajska, kamor so izvozili 19,7 % celotnega izvoza. Največji del uvoza predstavljajo mineralna goriva, električna in elektronska oprema, stroji, jedrski reaktorji, rudnine, žlindra in pepel ter optična, tehnična ter medicinska oprema. Tako kot pri izvozu je tudi pri uvozu Kitajska najpomembnejša partnerica, iz katere so v letu 2011 uvozili za 21,5 % celotnega uvoza. Poleg Kitajske so druge pomembnejše države uvoznice, v letu 2011, tudi Združene države Amerike, Avstralija, Savdska Arabija in Združeni arabski emirati (Izvozno okno 2012e).

6.4.2 Bilateralni ekonomski odnosi s Slovenijo

Blagovna menjava med Slovenijo in Japonsko je v obdobju med januarjem in junijem leta 2011 znašala 10.708.000 EUR za izvoz blaga in 25.828.000 EUR za uvoz blaga, kar pove, da je Slovenija z Japonske uvozila več kot izvozila. V letu 2010 je Slovenija največ izvažala organske kemijske proizvode, vozila (razen železniških in tramvajskih tirnih vozil ter njihovih delov), igrače in družabne igre, pohištvo, električne stroje in pa jedrske reaktorje, v sicer zelo majhnem obsegu (982.000 EUR). Medtem ko je največ uvažala vozila (razen železniških in tramvajskih tirnih vozil ter njihovih delov), jedrske reaktorje, električne stroje, plastične mase, optični, fotografski pribor ter farmacevtske izdelke (Izvozno okno 2012f).

6.4.3 Investicijsko okolje za tuje naložbe

Še nekaj let nazaj je bilo za tuje investitorje zelo težko vstopiti na japonski trg zaradi visokih stroškov, visokih cen nepremičnin in pravnih postopkov, ki so vzeli veliko njihovega časa. Japonska vlada zelo vzpodbuja tuje naložbe in danes je situacija napredovala, saj so cene nepremičnin padle in stroški, povezani z investicijo, so nižji pa tudi investitorji lažje vlagajo brez dodatnih dolgih administrativnih zamud. Japonci še zlasti radi poslujejo s tujimi investitorji na področju telekomunikacij, visoke tehnologije, medicine in izdelkov, ki zadevajo okolje. Razlogi za privlačnost japonskega trga so tujim investitorjem predvsem velikost japonskega trga, visok ekonomski in tehnološki standard, visok nadzor nad azijskim trgov in visoka stopnja varčnosti (možnost nakupa izdelka, tudi če je ta dražji zaradi predhodnega varčevanja) (Worldwide Tax 2012).

7 PREPLETENOST KULTURE IN GOSPODARSTVA

Zanimanje za prepletenost poslovnega sveta, gospodarstva in kulture se je začelo razmeroma pozno. Prve raziskave so bile opravljene pred približno 30-timi leti, do takrat pa je prevladovalo prepričanje, da kultura in gospodarstvo nimata nobenih skupnih točk in nista nikakor povezana. Kultura naj bi bila po tem prepričanju konzervativni dejavnik, ki gospodarske tokove le upočasnjuje in jih zapleta. Poslovne vede so se dolgo distancirale od povezovanja s kulturo najverjetneje zato, ker naj bi bil cilj le ekonomski dobiček, kot to uveljavljajo ekonomske vede (Hrastelj 2001, 25, 44). Raziskave so kasneje pokazale, da naj bi bil odnos med kulturo in ekonomijo večplasten. V strokovnih krogih se je tako začelo govoriti o ekonomski kulturi, kot jo je konec 20. stoletja koncipiral Peter L. Berger. Ekonomska kultura se lahko umesti kot predmet proučevanja ekonomske sociologije (Zver, Živko in Bobek 2005, 14–15). Danes preprosto ne moremo mimo dejstva, da sta gospodarstvo in gospodarski razvoj vedno bolj odvisna od nematerialnih dejavnikov, kar je popolnoma nasprotno tistemu, kar je veljalo v klasični ekonomiji (Hrastelj 2001, 14).

Veliko je k spremembam pripomogla tudi globalizacija, začeli so se mešati vplivi z različnih koncev sveta in vedno nove tehnologije, izumi in odkritja. Obveljalo je prepričanje, da globalizacija leži v srcu moderne kulture in da kulturne prakse ležijo v srcu globalizacije (Goldstein-Gidoni 2005, 156).

Kultura in gospodarstvo sta prepletena pojma, ki medsebojno vplivata en na drugega. Pri Japoncih nepoznavanje njihove kulture, nespoštovanje njihovih običajev in tradicij lahko ogrozi poslovni stik in možnost nadaljnega poslovanja. Prav tako pa lahko spreminjanje gospodarstva povzroči velike spremembe v kulturi, ki so lahko tako dobre kot slabe. Kultura in prepričanja zagotavljajo osnove, ki ljudi motivirajo, da določeni stvari posvečajo pozornost in pokažejo talent (Picard in Groth 2001, 321).

Skoraj z vsako generacijo gre Japonska skozi korenite ekonomske in socialne spremembe, zato je potrebno njihove kulturne značilnosti opazovati tudi s tega vidika. Realnost njihovega sodelovanja na svetovnem trgu in v svetovnih medijih sta samo dve sili, ki spreminjata njihove kulturne značilnosti v tradicionalni družbi, še posebej med mladimi generacijami (Moran, Harris in Moran 2007, 440).

Največje spremembe so se začele dogajati po drugi svetovni vojni. Japonska je sicer ekonomsko močna postala že pred vojno, vendar je njen poraz vzpodbudil željo po boljši državi, uspešnejši državi in boljšem okolju, v katerem bi živeli njeni otroci. Ker niso smeli delovati na vojaškem področju, so energijo usmerili v gospodarstvo. Tako so Japonci začeli ves svoj čas vlagati v delo in njihov delovnik je bil neskončno dolg. Služba je postala obsedenost, ki je imela negativne posledice zlasti na družino in družinsko življenje. Posledice

občutijo tudi ženske, ki se bojujejo za spremembe v družbi, saj gre za probleme, ki jim ne omogočajo enakopravnega življenja in enakih pravic kakor moškim (Zakrajšek 1992, 16).

7.1 Spreminjanje gospodarstva

Japonska je ekonomsko postala močna že pred drugo svetovno vojno, saj se je boj za dohitevanje Zahoda začel že sredi 19. stoletja. Japonska je prevzemala različne navade zahodnega sveta in jih kombinirala s svojo lastno mentaliteto. Japonska je že na začetku 20. stoletja postala vodilna sila v Aziji. Leta 1904/1905 je premagala rusko carstvo, kar je bilo prvič v zgodovini, da je kakšen »nebeli« narod premagal katero zahodno velesilo. Uspeh na vojaškem področju je vzpodbudil razmah japonske ekonomije, še posebej v obdobju prve svetovne vojne, ko je prišlo do širše industrializacije. Takrat je veliko japonskih podjetij, zlasti tistih, ki so delovala na področju elektroindustrije in kemije, širilo proizvodnjo na račun porušene evropske industrije (Ferfila in drugi 2001, 488).

Čeprav so se spremembe začele dogajati že pred drugo svetovno vojno, je bila le-ta vseeno velika prelomnica, ki je vzpodbudila zelo velike spremembe na področju japonske ekonomije. Vsem znana sta dva velika dogodka v drugi svetovni vojni, in sicer napad Japoncev na Pearl Harbour in napad Američanov na Hirošimo z atomsko bombo. Za Japonce je bil poraz v drugi svetovni vojni nesprejemljiva sramota in poraženi Japonci so se po koncu vojne za sedem let znašli pod ameriško okupacijo.

Po koncu vojne so se Američani držali že načrtanega načrta demilitarizacije, demokratizacije in prestrukturiranja gospodarstva. Ameriška oblast je izvedla temeljito demilitarizacijo na štirih področjih:

- v vojaškem smislu so razpustili vojsko,
- v političnem smislu so ustavno prepovedali vojaštvo,
- v gospodarskem smislu so razpustili vojaško industrijo,
- v družbenem smislu je japonsko prebivalstvo sprejelo negiranje vojaštva in nekdanjih vojaških ciljev (Ferfila in drugi 2001, 482–483).

Postavitev nove japonske identitete je temeljilo na antimilitarizmu, ki so ga zelo vzpodbujale Združene države Amerike. To je razvidno tudi iz ustave in njene preambule, ki pravi, da si državljani Japonske želijo mir za vse večne čase. Še močnejše je antimilitaristične ideale čutiti v devetem členu ustave, kjer je med drugim zapisano, da Japonci ne bodo imeli kopenskih, pomorskih ali zračnih sil, pa tudi drugih vojnih sredstev ne, in nikoli ne bodo priznali pravice države do vojskovanja (Ferfila in drugi 2001, 484). Japonska je v času ameriške okupacije za obrambo porabila manj kot 1 % svojega bruto domačega proizvoda. Razlog za tako majhno porabo je bilo predvsem to, da so Združene države Amerike za obrambo trošile več kot 7 % svojega bruto domačega proizvoda in ameriška obramba je pokrivala Japonsko. To je

Japonski omogočilo, da je denar lahko investirala v gospodarstvo in domače investicije (Vietor 2007, 28).

Situacija se je kasneje spremenila, saj se je med letoma 1971 in 1985 vojaški proračun Japonske povečal za 127 % (k čemur je bistveno prispeval odnos Združenih držav Amerike do njihovega varovanja na Daljnem vzhodu) (Ferfila in drugi 2001, 485). Nova ustava je odvzela vlogo cesarju, prepovedala militarizem in odvzela moč družinam lastnicam združenj zeibatsu (veliki koncerni) (Vietor 2007, 26). V središču vseh reform, ki so jih nato izvajali Američani, je bilo uničenje združenj zeibatsu. Razlastili so družine, ki so imele v lasti največje koncerne in za nove menedžerje postavile mlade ljudi. Tako se je začel razvijati tako imenovani srednji družbeni sloj z izrazitim čutom za delo in uspeh skupine: skupinski duh postane osnova delovanja japonskega gospodarstva. Številni sistemski zakoni, ki so bili diktirani s strani Američanov in pa tudi politične in gospodarske reforme nasploh, so bili osnovni temelj za kasnejši gospodarski uspeh (Ferfila in drugi 2001, 488).

Proti koncu štiridesetih let je bila Japonska več ali manj odrezana od vsega preostalega sveta in svetovnega tržišča. Tako je lahko razvijala svojo industrijo. Država je s tem, ko je z velikanskimi krediti in davčnimi olajšavami najprej pomagala težki industriji (jeklarstvo, ladjedelnštvo, avtomobilska industrija), odigrala ključno vlogo. Država je poleg tega regulirala tudi razdeljevanje deviz, s katerimi so podjetja kupovala surovine in tehnologijo. To, da se Japonska med letoma 1945 in 1952 (čas ameriške okupacije) ni smela obročevati, ji je zagotovo pomagalo, da je svoje vire usmerila na področja, ki so bila bistvena za gospodarski vzpon (Ferfila in drugi 2001, 489). Po ameriški okupaciji, med letoma 1952 in 1960, so japonski politiki, birokrati in najboljši podjetniki razvili razvojno strategijo. Strategija je obsegala reorganizacijo ter preoblikovanje infrastrukture in osnovne industrije. To je seveda zahtevalo ogromne količine svežega kapitala, ki pa sta ga tako vlada kot poslovni svet prispevala. Japonska je razvila ekonomsko strategijo, ki se je odlično prilegala tedanjim razmeram, tako razmeram na domačem trgu kot na svetovnem. Strategija je gradila na sposobni in voljni delovni sili, na metodah dobrih in sporazumnih odločitev, na institucijah, ki so bile pripravljene investirati in so vzpodbujale varčevanje. Strategija se je osredotočala le na bogate in močne trge ter se naslanjala na močno ameriško valuto (Vietor 2007, 29, 37).

Japonska se je leta 1964 z osem odstotno gospodarsko rastjo uvrstila med razvite industrijske države in je samo štiri leta kasneje prehitela Nemčijo ter postala druga najmočnejša velesila na svetu. Japonska je takrat med vsemi najrazvitejšimi državami beležila največjo stopnjo rasti. Najmočnejša dejavnika za takšen preobrat sta bila visoka stopnja investicij in pa dobra delovna sila. Med državo in vodstvom podjetij je prišlo do simbioze, ki je dopuščala delo v slabih pogojih, a takšen način ni povzročil nasprotovanja zaposlenih. Država ter podjetja so zagotavljala tako imenovano dosmrtno delovno mesto, ki je bilo kot garancija, da zaposlenih ne bodo odpuščali. Delavci so se bili tako pripravljene odpovedati dopustu in v dobro podjetja

delati, kolikor je bilo pač potrebno. Po ideologiji konfucionizma naj bi bila njegova osnovna celica družina, tako pa je v duhu vseh gospodarskih sprememb podjetje postalo središče družbe. Podjetje delavcu ni zagotavljalo samo dela, pač pa je zagotovilo tudi stanovanje, posredovalo življenjskega partnerja in plačalo pokojnino. Podjetje je delavcu dalo veliko, delavec pa je z vestnim delom vračal podjetju (Ferfila in drugi 2001, 489).

Zaprta domači trg je japonskim podjetjem omogočil, da so domačim potrošnikom zaračunavala dosti višje cene, kot so tisti čas veljale na svetovnih trgih, poleg tega pa so bila domača podjetja odprta za tuje tehnologije, ki so jih prevzemala in izboljšala ter jim tako dodala dodatno vrednost. Iz nekdanjih zaibatsu-jev je nastal novi sistem horizontalnih podjetniških povezav, imenovanih keiretsu-ji, pripadnost keiretsu-jev je postalo vprašanje časti. Središče tako imenovanih keiretsu-jev so bile domače banke. Ker so bili japonski prebivalci izjemno nagnjeni k varčevanju, so banke njihov denar po nizkih obrestih posojale industriji, ki pa ji ni nikoli zmanjkalo potreb po vedno svežem kapitalu. Seveda takšen kapitalizem ne bi bil mogoč, če ne bi država prevzemala visokega tveganja, in je, če je banki spodletelo, takoj priskočila na pomoč (Ferfila in drugi 2001, 490).

Japonska je leta 1964 postala članica OECD (Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj) in je morala odpraviti veliko večino uvoznih kvot, ki so štitele domače gospodarstvo, vendar je vzporedno s tem uvedla visoke carine in številne birokratske ovire, ki so predstavljale veliko težavo tujim podjetjem in jim preprečevala, da bi z lahkoto vstopili na japonski trg (Ferfila in drugi 2001, 490).

Japonska je med letoma 1954 in 1971 beležila povprečno 10,1 % letno gospodarsko rast in kaj kmalu se je zdelo, da bo Japonska prehitela Združene države Amerike. In jih tudi je. Japonska je leta 1989 po bruto domačem proizvodu prehitela Združene države Amerike (Vietor 2007, 23).

Američani so leta 1971 (15. avgust), v času predsedovanja Richarda Nixona, sprejeli dva ukrepa, saj se jim je trgovinski deficit z Japonsko že zelo kopičil. Cilj obeh ukrepov je bil podražitev japonskega izvoza. Prvi ukrep je tako bila 10 % carina na japonske izdelke in drugi ukrep sprostitev menjalnega tečaja. Japonsko gospodarstvo in gospodarska rast sta se prepolovila in v naslednjih dveh desetletjih znašala »le« povprečno 4,4 % na leto. Oba ukrepa skupaj imenujemo »Nixonov šok« (Ferfila in drugi 2001, 490; Vietor 2007, 222).

Leta 1973 je prišlo do naftne krize. In tako je Japonsko poleg »Nixonovega šoka« prizadel še »naftni šok«. Japonska se je znašla v najhujši gospodarski krizi po drugi svetovni vojni. Japonci so tako leta 1974 zabeležili negativno gospodarsko rast (-0,4 %). Prvi naftni krizi je leta 1979 sledila še druga naftna kriza. Japonska je uspešno premagala vse prepreke v teh letih in tujina je začela Japonsko dojemati kot državo, ki ji nobena kriza ne pride do živega in iz vsake krize pride močnejša. Toda kako je podjetjem uspelo preživeti predvsem obe naftni

krizi? Podjetja, ki veljajo kot osnovne celice gospodarstva, so zmanjšala najemanje kreditov, niso zaposlovala novih delavcev (vendar niti odpuščala), privatizirala so državno premoženje (pridobili veliko denarja), poskrbela so za rast storitvenega sektorja in uvedla energetska varčnost (Ferfila in drugi 2001, 490–491).

Leta 1980 je Japonsko zanimalo, na kateri stopnji gospodarskega razvoja je in kakšne načrte naj ima za prihodnost. Tako je v začetku osemdesetih let nakazala novo smer svojega gospodarstva in nadaljnjega razvoja: informatizacija, integracija in globalizacija. Do teh ciljev so prišli preko raziskave, ki jo je opravilo šestdeset strokovnjakov, ki so proučili razvoj Japonske in svetovne trge (Ferfila in drugi 2001, 491–492).

Najbolj znana zadeva v japonski ekonomiji je zagotovo njihova mehurčkasta ekonomija in na koncu tudi pok mehurčka, ki je Japonsko pahnil v globoko recesijo konec devetdesetih let. K razmahu le-te je v prvi vrsti najbolj pripomogla japonska vlada, ki je z zniževanjem obresti in privatizacijo državnega premoženja vzpodbudila hiter razvoj nepremičninskega trga in trga vrednostnih papirjev. Od januarja 1986 je recimo v samo trinajstih mesecih kar sedemkrat znižala temeljno obrestno mero. Ne samo država, ampak tudi japonska gospodinjstva so se začela drugače obnašati in niso več toliko varčevala kot prej, pač pa so začela kupovati vrednostne papirje. Podjetja so takrat na lahek način lahko pridobivala svež kapital predvsem z izdajo delnic in obveznic. Cene nepremičnin na širšem območju Tokia so se v letih 1985–1990 podvojile. Pokazatelj vse te prenapihnenosti japonskega ekonomskega mehurčka je tudi indeks NIKKEI, ki ga izračunavajo glede na vrednost 225 najpomembnejših delnic, saj se je njegova vrednost v šestih letih povečala za kar štirikrat. Leta 1983 je bila vrednost 9.893, leta 1989 pa kar 38.915 (Ferfila in drugi 2001, 492–493).

Leto 1990 je bilo prelomno. Tega leta je japonski ekonomski mehurček počil. Japonska centralna banka ni bila več pripravljena vzpodbujati takšnega kapitalizma in je v samo enem letu zmanjšala obresti za 100 %. Tuji investitorji so se začeli hitro umikati, tečaj delnic na tokijski borzi pa se je v enem letu znižal za kar 54 %. Padec vrednosti pa se je zgodil tudi na nepremičninskem trgu, kjer se je vrednost nepremičnin ponekod zmanjšala tudi za 80 % (Ferfila in drugi 2001, 492–493). Cene nepremičnin so se stabilizirale šele leta 2004, na 15 % njihove prejšnje vrednosti (Vietor 2007, 224).

Izkazalo se je, da ima Japonska zelo veliko slabih kreditov, za katere ni bilo možnosti, da bi jih kdaj odplačala. Velike finančne in kapitalske izgube so povzročile veliko zmanjšanje državnih dohodkov in kriza se je začela kazati tudi na stopnji gospodarske rasti. Leta 1990 je bila stopnja realnega bruto domačega proizvoda še 5,6 %, leta 1991 3,1 %, leta 1992 samo 0,4 %. Do leta 1996 se je rast ustalila na dveh odstotkih, vendar je leta 1998 Japonska beležila padec bruto domačega proizvoda za 2,8 %, kar so označili za najglobljo gospodarsko recesijo po koncu druge svetovne vojne. K razmahu recesije v takšnem obsegu in predvsem temu, da so Japonsko nato še dolgo pestile težave, povezane s krizo, je največ pripomogla država.

Namesto da bi že na samem začetku, ko je prišlo do poka, uvedla reforme in sanirala finančni sistem, je bolj gradila na upanju, da si bo konjunktura opomogla sama. Zato je že v tako nezdravo gospodarstvo črpala milijarde kreditov. Centralna banka je nato leta 1995 znižala obresti na zgodovinsko gledano najnižjo vrednost pol odstotka, finančno ministrstvo pa je s pomočjo državnih skladov preprečilo zlom borze. Vendar si gospodarstvo ni opomoglo. Vedno več je bilo brezposelnih, stečajev, zmanjševale so se plače in investicije (Ferfila in drugi 2001, 492–493). Vrednost NIKKEI indeksa je tako leta 1990 znašala 23.848, avgusta 1992 pa je indeks dosegel dno na vrednosti 14.309 (Ferfila 1999, 251).

Nazadovanje japonskega gospodarstva je trajalo vse do leta 2004, ko se je zopet pojavila gospodarska rast. Preprostega odgovora, zakaj je japonsko gospodarstvo tako dolgo nazadovalo in zakaj je trajalo tako dolgo, da je gospodarska rast začela ponovno rasti, ni. Japonska je bila dolgo motivirana, da ujame Združene države Amerike, kar ji je tudi uspelo, a je ostala brez strateškega cilja. Nekateri Japonci so krivili svoje tradicionalne institucije, saj je bila njihova uspešna ekonomija zgrajena na skupinsko usmerjenih institucijah, na trgu dela, ki je nagrajeval stalno zaposlitev in birokratsko usmerjenem političnem sistemu. Te institucije so delovale dobro v prejšnjih obdobjih, vendar se niso prilagodile toku časa in globalizaciji (Viotor 2007, 224).

Leta 2004 je Japonska ponovno beležila pozitivno gospodarsko rast, veliko je bilo investicij, cene niso več padale in zunanjetrgovinski presežek je bil velik (Viotor 2007, 242).

Japonska je od leta 2011 četrta najmočnejša ekonomska svetovna velesila. Na četrtem mestu je za Kitajsko, ki je od leta 2001 na drugem mestu in za Indijo, ki je od leta 2011 tretja, ko je s tega mesta izrinila Japonsko. Po optimističnih napovedih leta 2004 se je Japonska v letu 2008 znova znašla globlje v recesiji zaradi upada poslovnih investicij in potreb po izvozu. Vlada je z vzpodbujanjem trošenja pomagala ekonomiji, da je v letih 2009 in 2010 napredovala (Central Intelligence Agency 2012). Leta 2010 je bruto domači proizvod zrasel za 3 %, kar je bilo največje povečanje bruto domačega proizvoda v zadnjih dvajsetih letih (Amadeo 2012). Vendar se je Japonska že leta 2011 znašla v ponovni recesiji, saj je marca 2011 Japonsko prizadel močan potres z magnitudo 9,0, ki mu je sledil cunami. Potres in cunami sta povzročila jedrsko katastrofo v jedrski elektrarni Fukošima. Posledica katastrofe je bila, da so ugasnili skoraj vse delujoče jedrske reaktorje na celotnem področju Japonske in električne zaloge so zaradi tega še danes majhne. Ta naravna katastrofa je na Japonskem povzročila za med 235 in 310 milijardi dolarjev škode. Bruto domači proizvod se je v letu 2011 zmanjšal za 0,5 % (Central Intelligence Agency 2012). Po potresu se je proizvodnja naglo zmanjšala zaradi upada dobave surovin, ki je bila posledica uničenja zalog, motenj v oskrbovalnih poteh in pomanjkanja električne energije. Posledično je izvoz upadel, prav tako potrebe na domačem trgu (Shirakawa 2011, 20)

Kot da to ni dovolj, se japonska ekonomija sooča z naraščajočimi cenami surovin, saj država uvozi večino hrane in olja. Sooča pa se tudi s krčenjem delovne sile, saj se prebivalstvo stara. Japonsko vlado pa pesti vedno večji javni dolg, ki trenutno že presega 200 % njihovega bruto domačega proizvoda (Amadeo 2012).

Napovedi za prihodnost so različne. Nekateri napovedujejo svetlo prihodnost in ponovno rast japonskega gospodarstva, medtem ko ostali niso tako prepričani. Vendar je kljub vsemu Japonska še vedno močna gospodarska velesila.

7.2 Spreminjanje kulture

Sodobna japonska kultura je bistveno drugačna od prejšnje, tradicionalne kulture. Japonska je splošno in stereotipno znana kot dežela plemenitosti in kavalirstva z vrednotami, kot so čast, ponos, vztrajnost, vzdržljivost. Ta oblika moralnosti vsakodnevnega življenja je oblikovala japonsko družbo generacije, celo stoletja. Zdaj izgleda, da sodobna japonska kultura (zlasti za mlajše Japonce) deluje z drugačnimi vrednotami, dejanji, obnašanji, normami in načeli. Japonska se tako spreminja v družbo z drugačno kulturo (Moran, Harris in Moran 2007, 440).

Pri poglavju bom izhajala iz družine, sprememb, ki so se skozi leta dogajale na področju družine, odnosov med partnerji in otroki ter položaja žensk. Znotraj družine so se zaradi različnih vplivov iz okolja dogajale in se dogajajo največje spremembe, ki vplivajo na vrednote in obnašanja ljudi, kako ljudje pojmujejo okolico in kako jo zaznavajo.

Že od nekdaj je bila družina na Japonskem osnovna enota družbe, nekakšna družbena celica, ki so ji bili podrejeni vsi njeni člani v korist celote. Zakoni in običaji na Japonskem so dajali družini najbrž večjo korist kot kjerkoli drugje na svetu, vendar zagotovo dosti večjo kot na Zahodu. Na Japonskem v vsej njeni dolgi zgodovini ni prišlo do najmanjše borbe za osebno svobodo ali človekove pravice ter državljansko enakopravnost (Šantić 1964, 167).

Gospodar družine je bil obenem tudi njen neomajni zapovednik in starešina. Če v družini ni bilo nobenega sina ali zakonca nista imela otrok, sta navadno posvojila dečka kakega bližnjega ali daljnje sorodnika, da sta ohranila nepretrgano zvezo moškega potomstva. Otrok je tako podedoval vse premoženje in ohranjal družinsko ime živo. Družinska oblast nekoč se kaže že s tem, kako so se sklepali zakoni. Starši so svojim otrokom izbirali žene in može med otroki svojih prijateljev. Pogajanja za poroko so navadno potekala preko posrednika, navadno prijatelja obeh družin in šele tedaj, ko sta se obe družini o poroki pogovorili in dogovorili sta se ženin in nevesta lahko srečala ter na koncu tudi poročila. Danes se pari poročajo po lastni izbiri in ne več glede na predhodne dogovore staršev. Starši ne morejo več prisiliti svojih otrok, da bi se poročili proti svojim željam. Vendar se veliko porok še danes izvaja po običajnem tradicionalnem običaju (Šantić 1964, 167).

Včasih so imeli člani družine različne dožnosti in odgovornosti. Dečki so skrbeli za mlajše brate, ki so jih morali ubogati. Prav tako so za mlajše brate in sestre morale skrbeti hčere, vendar je bila večja pozornost vedno na sinovih, saj so bili oni tisti, ki bodo morda nekoč odgovorni za družino. Gospodar v družini je užival največji ugled, prvi se je kopal, prvi jedel. Gospodinja je urejala, vodila blagajno in razpolagala z dohodki ter se ukvarjala z življenjem. Strogo določena je bila tudi zakonska razveza. Medtem ko se je mož lahko od žene ločil kadarkoli in zaradi česar koli, je žena morala za ločitev dobiti možovo privolitev ne glede na to pod kakšnim moževim nasiljem je morda morala živeti (Šantić 1964, 167–168).

Ko je po vojni v veljavo prišel novi družinski zakonik, so iz njega izbrisali vse predpise o družini in gospodarju. Nova ustava je predpisovala enakopravnost moških in žensk ter osebno svobodo. Tako je med starejšimi in mlajšimi generacijami prišlo do razkola. Starejši se niso mogli otresti starih običajev, mladi pa so živeli in podpirali novi sistem svobode. Za mlado Japonsko zakon že dolgo ni več ustanova, kjer bi igrala že skoraj suženjsko vlogo (Šantić 1964, 168–169).

Danes Japonci poskušajo znotraj korporacij ustvarjati aspekte tradicionalne družine. Najpomembnejša poslovna vrtilina je amae, vrsta ljubezni med dvema osebama drugačne stopnje, s kazanjem vdanosti mlajšim in vračanjem spoštovanja starejšim (Trompenaars in Hampden-Turner 1998, 163).

Z novo ustavo in utemeljenimi načeli enakopravnosti se japonska družba ni več delila na razrede po poreklu, glede na pravice in na razrede (kmetje, meščani, obrtniki, plemiči). Pred zakonom po novi ustavi so vsi državljani enakopravni in ni razločevanja glede na politično prepričanje, vero ali v gospodarskem ter družbenem pogledu. Vendar je potrebno poudariti, da četudi japonski narod ni več razdeljen po poreklu, obstajajo še vedno velike razlike v gospodarskem položaju državljanov. V sodobni Japonski so se tako izoblikovali trije družbeni sloji. Med bogataši na eni strani in kmeti ter delavci na drugi strani leži velik prepad. Med tema dvema slojema pa najdemo močan in velik srednji sloj. Sestavljen je iz milijonov ljudi, ki jim dohodek omogoča skromen življenjski standard (Šantić 1964, 166–167).

Poleg družine je do velikih sprememb prišlo v položaju žene in žensk v japonski družbi. Japonska žena je bila pred vojno na nizki ravni. Za ženo pred vojno je veljala popolna pokorščina. Preden se je poročila, je morala biti brezmejno pokorna očetu, po poroki možu in če je postala vdova, najstarejšemu sinu. Po drugi svetovni vojni so vzporedno z revizijo drugih zakonov uredili tudi položaj žensk. Istočasno so si ženske same, ali v sklopu organizacij, prizadevale, da bi si izboljšale položaj. Danes imajo ženske vse enake pravice kot moški. Vse ženske, ki so dopolnile 20 let, imajo volilno pravico (od leta 1964) in vsak družbeni položaj je dostopen tako ženskam kakor moškim. Šolski sistem daje obojim enake možnosti in prav tako lahko ženska opravlja katerikoli poklic, razen tistih, ki so zanjo nevarni in škodljivi (Šantić 1964, 180–181).

Povojna reforma je bila v mnogih pogledih prevelika za takratne japonske razmere in politično zaostalost. Razgibala je japonsko družbo in omogočila hitro emancipacijo japonskih žensk, ki je nato ni nihče več ustavil (Šantić 1964, 180–183). Vendar se položaj žensk le počasi spreminja in še danes niso na popolnoma isti ravni kakor moški. Ženske naj bi obvladale dom in gospodinjske zadeve. Že na boljših univerzah je večina študentov moškega spola. Vloga žene je, da moža podpira, mu prikimava in se z njim strinja. Ni redkost, da imajo moški na višjih in boljših položajih žensko »senco«, ki počne le to, da jim pritrjuje, se strinja z vsem izrečenim, je osupla nad njegovimi modrostmi in se hahlja njegovim izrečenim šaljivim pripombam (Ferfila in drugi 2001, 569–570). Pred drugo svetovno vojno so se ženske, ki so skrbele za razvedrilo in zabavo Japoncev, imenovala gejše. Gejša je simbol preteklosti, katerega pomen je izbrisala vojna. Danes gejše predstavljajo le še turistično zanimivost kot opomin preteklosti. Gejša je bila umetnica, izurjena v umetosti igre, čajnih obredov in plesa. Na pomembnih dogodkih je sprejemala goste in jih zabavala z umetnostjo (Šantić 1964, 183–185).

Zaposlena ženska danes redko dobi isto plačilo kakor moški, četudi gre za isto delovno mesto in četudi se ženska po poroki in otrocih vrne na delo, kar je vedno pogosteje, je veliko manjša verjetnost, da bo dobila stalno zaposlitev. Ravno nasprotno se pričakuje od moških. Podjetju in delu naj bi posvečali veliko več pozornosti in časa kakor družini. Pogosto se odhod na dopust smatra za izdajo (Ferfila in drugi 2001, 569–570).

Japonci imajo izjemno dolge delovnike in na leto opravijo ogromno nadur. Situacija se je sicer po letu 1990 izboljšala, vendar je njihov delovnik še vedno eden izmed najdaljših na svetu. Zaradi takšnega delovnika ima velik del zaposlenih simptome kronične utrujenosti in nekateri se dobesedno izčrpajo do smrti. Japonci imajo za takšno smrt celo poseben izraz, karoši, smrt zaradi prevelikih delovnih obremenitev (Ferfila in drugi 2001, 588–589).

Ni redkost, da moški s takim delovnikom po končani službi največkrat kar ostanejo v bližini delovnega mesta, saj se jim preprosto ne splača voziti domov. Pogost je prizor modernih, lepo oblečenih moških, ki čez noč ostanejo na podzemnih postajah ali prespijo v hotelih blizu svoje službe (Zakrajšek 1992, 53). Zlasti moški po dolgem delovniku radi zahajajo v bar na razvedrilo in pijačo (Ferfila 2007, 855).

Veliko poročenih japonskih uslužbencev mora zaradi zahtev delovnega mesta zapustiti svoje družine. Razlog za to je, da jih je podjetje premestilo v poslovalnico ali tovarno, ki je daleč od kraja, kjer živi družina. Večinoma gre za uslužbence na menedžerskih, profesionalnih, tehničnih in uradnih položajih. Družina se navadno ne preseli skupaj z očetom, ker kraj, v katerega se seli, morda nudi slabše možnosti šolanja in bi s tem ogrozili otrokovo prihodnost, prav tako je menjava dolgotrajen in zapleten proces. Drugi razlog je tudi skrb za starše, ki v veliko primerih še vedno živijo skupaj z otroki, saj se ostareli ter bolni ljudje ne morejo ravno seliti iz kraja v kraj (Ferfila in drugi 2001, 588–589).

Japonska se danes srečuje z velikimi demografskimi spremembami, saj se populacija prebivalstva stara. Soočajo se z zelo nizkim številom rojstev. Rodi se le 1,3 otroka na žensko v japonski družbi (Clark in drugi 2010, 207), tako da imajo danes družine manj otrok, kot so jih imele pred ali takoj po vojni. Japonska pa je prav tako država, ki ni ravno odprta za tujce, kar še dodatno zmanjšuje populacijo Japonske (Herbig in Milam 1994, 26).

Prebivalstvo po drugi svetovni vojni je bilo razmeroma zelo mlado z relativno kratko življenjsko dobo. Zmanjševanje rodnosti in podaljševanje pričakovane življenjske dobe sta Japonsko spremenila v državo starcev. Danes ima Japonska najdaljšo pričakovano življenjsko dobo. Obenem pa se s staranjem prebivalstva spreminja tudi tradicionalni japonski delovnik z neskončno velikim številom delovnih ur in malo oziroma skoraj nič prostimi dnevi. Uradno imajo na Japonskem danes dvajset praznikov in šestnajst dni dopusta, vendar ga še danes porabijo manj, kot ga imajo (Ferfila in drugi 2001, 569).

V času rasti se je za japonski narod poudarjalo predvsem občutek pripadnosti skupini in skupnosti, občutek obveznosti in hvaležnosti, občutek sočutja, močen občutek za »mi« in »oni«, preciznost pri planih, pravilih in detajlih, volja do trdega dela, vdanost staršem, prevzemanje odgovornosti, izkazovanje naklonjenosti, poudarek na obnašanju (Caudill 1973, 349–353). Danes pa mlajše generacije iščejo predvsem več kontrole nad svojim življenjem in večje samoodločanje (Moran, Harris in Moran 2007, 448).

Japonska je po porazu v drugi svetovni vojni morala preživeti velike travme in sramoto ter prepoved oboroževanja, kar je pripeljalo do velikih sprememb v politiki, s tem pa tudi v življenjskih usmeritvah in v šolskem sistemu (Zakrajšek 1992, 51–52).

Pred letom 1872 je imela Japonska slabo razvit šolski sistem. Šolanje je bilo rezervirano le za pripadnike višjih slojev in vplivnih družin. Za izobraževanje otrok kmetov in revežev so se ponekod zanimali le budistični svečeniki. Leta 1872 je bilo uvedeno moderno izobraževanje, in sicer z državnim odlokom o izobraževanju. Osnovna šola je bila obvezna za vse, ne glede na njihov družbeni sloj, spol. Po cesarskem predpisu na Japonskem ni več smelo biti družine, ki ne bi znala pisati, v družini pa ni smelo biti člana, ki bi bil nepismen. Šolski sistem se je stalno izpopolnjeval in spreminjal. Tako so se začele pojavljati tudi privatne šole in univerze. V času vojne med letoma 1940 in 1945 je bilo obdobje vojne vzgoje. Šola je v tem obdobju stremela k temu, da bi vzgojila ljudi, ki bi bili brezmejno vdani državi. Po koncu druge svetovne vojne so ameriške oblasti izdale ukaz po nujno potrebnih spremembah v šolstvu. V šolah so prepovedali moralni nauk in tedanje zemljepisne in zgodovinske knjige, saj naj bi moralni nauk vzgajal ljudi v duhu militarizma (Šantić 1964, 178–179).

Sistem šolanja na Japonskem je takrat služil ekonomskemu razvoju, katerega cilj je bil usmeriti mlade v določene poklice. Med učenci so po večini iskali tiste pozitivne lastnosti in sposobnosti, ki so bile potrebne za ekonomsko uspešnost diplomantov. Razvila se je politika,

ki je v bistvu favorizirala le tiste, ki so kazali ekonomske sposobnosti, preostali pa so bili potrebni kot samo cenena delovna sila v na novonastajajoči industriji, kar so kasneje spremenili z reformo šolstva (Zakrajšek 1992, 70).

Univerza je na Japonskem izjemno pomembna. Univerze so med prebivalstvom strogo selekcionirane, zato se dijaki odločajo za točno določene univerze glede na svoje ambicije in želje. Za sprejem na univerzo morajo opraviti posebne, zelo zahtevne izpite. Nekatere univerze imajo svoje izpite, ostale pa uporabljajo nacionalni izpit s svojimi dodatnimi zahtevami. Dejstvo, da šolanje na univerzi konča skoraj 100 % vseh vpisanih, kaže na to, kako pomembni sta univerza in izobrazba v življenju Japonca. Najbolj priznana je Tokijska univerza, ki tudi omogoča največji dostop do najboljših položajev v družbi (Zakrajšek 1992, 68). Najboljši študenti dobijo najboljše ponudbe za delo. Navadno takšne ponudbe ponujajo »dosmrtno« zaposlitev, moč in dobro plačano upokožitev (Vietor 2007, 26).

Japonci so prepričani, da sta izobraževanje ljudi in multikulturalna vzgoja temelj za uspešno življenje. Tako je skozi njihov izobraževalni sistem možno zelo dobro videti, in pa tudi razumeti, vzvode za zelo hiter napredek japonske države. Že ko so vpeljali sodobni izobraževalni sistem, so otrokom v šolah vcepljali vrednote, katerih cilji so bil popolno razvijanje osebnosti, vzgoja pokončnih ljudi, ljubljenje resnice in pravice, državljani, ki cenijo individualne vrednote, spoštujejo delo in neodvisni duh, državljani, ki soustvarjajo miroljubno družbo in državo (Zakrajšek 1992, 68).

Ko se danes mladi diplomant zaposli v podjetju, se od njega pričakuje, da bo na delovnem mestu ostal vsaj do šestdesetega leta starosti ter počel, kar se od njega pričakuje, hkrati bo izkazoval spoštovanje do starejših sodelavcev, nadrejenih. Kasneje se odločijo, ali bo ta zaposleni postal direktor, če to sprejme, se lahko zaposlitev zavleče tudi v osemdeseta leta. Mladi ljudje, zlasti tisti, ki končajo univerzo, se veliko bolj zanimajo za podjetništvo in informacijske tehnologije, kot se za to zanimajo starejše generacije (Moran, Harris in Moran 2007, 445–447).

Vendar se danes v podjetjih poudarjajo predvsem ustvarjalnost, dejanski prispevek, pojavljajo se vedno večje želje po menjavi delovnega mesta. Vedno več je tudi individualnega dela, ki ga lahko človek opravi na daljavo oziroma kar od doma in tako se zmanjšuje odvisnost od kolektiva. Podjetja iščejo prevsem ljudi z vizijami in sposobnostmi. Vedno manj se poudarjata lojalnost in pripadnost nekemu določenemu podjetju, prav zato se je uveljavila zakonodaja s konkurenčnimi klavzulami (Zakrajšek 1992, 54).

Leto 1960 velja za pomembno prelomnico v japonski zgodovini. Takrat so se zgodile olimpijske igre v Tokiu in Japonsko je preplavila televizija, ki je postala nepogrešljiv pripomoček za vsakodnevno življenje v več kot 90 % družin. S pojavom televizije so se jim široko odprla vrata v svet (Zakrajšek 1992, 69).

Občila na Japonskem veljajo za pomembno središče moči, saj povezujejo poslovni svet, javno birokracijo in politiko. Pred vojno je obstajala ostra ločnica med čtivom, ki je bilo namenjeno izobražencem in tistemu, ki je bilo namenjeno množicam. Razvoj masovne družbe po vojni je temeljil na vedno večji vlogi televizije in vse številčnejših tednikih, tako da se danes elite in izobraženci ne ločijo več od množice. K razmahu je pripomoglo tudi dejstvo večjih dohodkov in enakopravnost spolov ter boljše delovne razmere pa tudi vedno večja izobraženost prebivalstva (Ferfila in drugi 2001, 604–605).

Množični mediji na Japonskem so prispevali k razmahu množične, moderne, sodobne kulture. Kultura je neformalna, vulgarna, nezahtevna in izzivalna. Tradicionalna kultura je tako v ozadju. Mladim je masovna kultura veliko bolj privlačna in zanimiva. Sestavine masovne kulture so predvsem televizijska in radijska zabavna kultura, popularni in rumeni tisk, modna in trendovska kultura, zabavišna kultura, visokotehnološka kultura, kot so računalniki in komercializirana tradicionalna elitistična kultura, kjer mojstri tradicionalnih zvrsti (aranžiranje cvetja) poučujejo stranke za plačilo (Ferfila in drugi 2001, 607).

Televizija je postala eno izmed pomembnejših razvedril v življenju Japonca, kar televizijske postaje s pridom izkoristijo in za stremenjem k čim večjim zaslužkom posegajo po vedno bolj neumnih, smešnih oddajah. Na Japonskem ni nič čudnega, če se v večernih televizijskih programih zasledijo oddaje z erotično vsebino ali če Japonec na vlaku na poti v službo bere strip z nasilno in seksistično vsebino. Ostali produkti množične kulture, ki jih ni mogoče spregledati, so tudi stripi manga, ki predstavljajo ogromen del vseh japonskih publikacij, zabavni igralni avtomati fliper, karaoke, ki so se razširile po celem svetu ter japonska erotična industrija (Ferfila in drugi 2001, 607–610).

Danes so majše generacije Japoncev drugače usmerjene, ne stremijo več samo k delu, ampak se trudijo, da uveljavijo svojo voljo in želje. Med mladimi generacijami se je tako izoblikovala njihova edinstvena kultura, ki pa še vedno vsebuje nekatere tradicije in načela tradicionalne kulture. Na Japonskem je uspeh vse, kar je novo, šokantno, zabavno. Mladi Japonci so si izoblikovali svoj način življenja, ki ga živijo skupaj z ostanki tradicionalnih vrednot in prepričanj.

7.3 Povezave med kulturo in gospodarstvom

Japonci so bili že pred vojno narod, ki so ga oblikovala stroga načela, trdne vrednote in njihova edinstvena vera in prepričanja, ki so prepletala koristne nauke konfucionizma, budizma in šintoizma. Velik poudarek je bil na družini, družinskih vezeh in izkazovanju ter dokazovanju ostalim družinskim članom ter okolici. Sramota in neuspeh nista bila sprejemljiva. Japonsko so zlasti v zadnjih letih izoblikovali upadanje gospodarske rasti, upadanje vrednosti delnic in visok javni dolg (Moran, Harris in Moran 2007, 440), država se je srečala z velikimi psihičnimi, ekonomskimi in socialnimi spremembami in to ne samo v

zadnjih letih, vendar odkar se je začela naglo gospodarsko razvijati (Caudill 1973, 344). Zdelo se je, da se Japonska po letu 2004 vrača na uspešno pot, v lanskem letu pa je zopet nazadovala zaradi naravne katastrofe.

Japonci so bili po porazu v drugi svetovni vojni izjemno ponižani in ljudje so čutili globoko dolžnost po ponovni izgraditvi in izboljšanju svoje domovine, v korist vseh kasnejših generacij. Med ljudmi je vladal občutek samopomilovanja in samozavračanja, kar je metalo negativno luč na socialno strukturo in njihovo kulturo. Toda ker se niso smeli oboroževati, so se lotili preoblikovanja skozi gospodarstvo. Pripravljene so bili ogromno delati, varčevati in investirati vse za dobro prihodnost svojih otrok. Desetletja trdega dela, odrekanja in kapitalskih zalog so pokazala uspeh japonskega gospodarstva (Vietor 2007, 25; Caudill 1973, 357).

Kot že povedano, je bila za povprečno japonsko osebo družina pred drugo svetovno vojno na prvem mestu. Vse je bilo v življenju družini podrejeno in pogojeno. Po drugi svetovni vojni so se stvari začele naglo spreminjati in vrednote, kot so jih Japonci poznali prej, so zamenjale nove.

Američani so s spremembo japonske ustave uredili marsikateri vidik življenja. Spremenili so vidik in odnos tradicionalne družine in ženskam omogočili pravice in svobodo, ki je prej niso imele. Spremembe, ki so se zgodile po drugi svetovni vojni, so povzročile generacijski razkol (Feldman 1997, 327), saj so zlasti mlajši ljudje in ženske izoblikovali drugačne vrednote in prepričanja, kot so veljala prej in po katerih so se še vedno ravnali starejši ljudje.

Ker je bila sramota, ki so jo utrpeli s porazom, nesprejemljiva, so Japonci energijo usmerili v gospodarstvo. Posledica vsega tega truda in trdega dela je bil nagel gospodarski vzpon. Njihova stroga načela konfucionizma in budizma so korenito vplivala na odnos Japoncev do dela. Od konca druge svetovne vojne do leta 1952 so Japonci velik del sredstev namenjali investicijam in razvoju države, a skoraj nič obrambi. Dela je bilo zadosti in brezposelnost je bila nizka. Zaposleni Japonci so delo vestno opravljali in mu namenili toliko časa, kolikor je bilo potrebno. To je ščasnoma pripeljalo do razkola v družinskem življenju in družinskih vrednot. Ker je nova ustava ženskam zagotovila enake pravice in svobodo, so si želele dela in biti gospodinja jim več ni bilo dovolj. Ženske so se začele aktivno vključevati v trg dela. Velikokrat pa so se tudi moške morali odseliti stran od družine zaradi potreb delovnega mesta. S takšnim načinom dela, marljivimi delavci je Japonska leta 1964 postala ena izmed najbolj razvitih držav. Delavci so bili pripravljene delati v slabih pogojih z dolgimi delovniki, vse s ciljem ustvariti boljše državo. Podjetja in delodajalci s tem seveda niso imeli težav in so lahko na takšen način z dobro delovno silo in vedno svežim kapitalom poslovali brez večjih problemov. Delavcem so v zameno zagotavljali delovno mesto.

Gospodarsko rast na Japonskem ni ovirala niti kriza, ki je državo zadela po Nixonovem in naftem »šoku«. Gospodarska rast se je zmanjšala, vendar je bilo gospodarstvo še vedno močno in delavci še vedno pripravljeni delati. Ker v tem času podjetja niso odpuščala delovne sile na račun zniževanja stroškov, se je lojalnost delavcev podjetju le še okrepila, kar je podjetjem omogočilo nemoteno delovanje in prebroditev krize. V veliko primerih bi bilo odpuščanje na prvem mestu sprejetih ukrepov, da podjetje izplava iz krize, vendar so Japonci ubrali drugačno taktiko in krizo preživeli ter ostali gospodarsko močni.

Ljudje na Japonskem so bili sprva zelo nagnjeni k varčevanju in nerazsipnosti. Velika večina prihrankov je porabljena za šolanje otrok. Vendar so skupaj z gospodarsko rastjo tudi oni začeli več trošiti, zlasti kupovati delnice, ter tako omogočali gospodarstvu pridobivanje vedno svežega kapitala. Japonci, ki so bili vedno varčen narod, saj so veljali za revnejšo državo, so v času največje gospodarske rasti postali potrošni in gospodarstvo je lahko raslo in se razvijalo.

Z vzponom gospodarstva se je začelo zmanjševati tudi število članov v povprečni japonski družini. Ženske so imele drugačne želje in ambicije, kot samo biti žena in gospodinja. Ker je bilo delo prvotnega pomena in zaradi katerega je moral mož tudi pogosto zapustiti dom, so se otroci znašli v drugem planu. Za žensko pa sta en ali dva otroka pomenila prednost, da se je lahko ukvarjala z njej zanimivimi stvarmi. Ker se je število otrok v družini zmanjševalo, se Japonska danes srečuje z demografskimi problemi.

Poudarjala se je skupina, skupinsko dobro. V tem času je gospodarstvo zelo izoblikovalo kulturo dela med ljudmi in vplivalo na odnos delavcev do dela. Naenkrat je delo postalo vrednota in glavni cilj. Zanimivo je to, da ni prihajalo do kakršnihkoli uporov med narodom, kljub dolgim delovnikom in visokim zatevam po opravljenem delu.

Njihova kultura je zelo vplivala na gospodarstvo v začetni fazi. Delo ni bila ovira, delo je bilo izpopolnitev osebnosti in možnost dokazovanja v skupinsko dobro. Tako se je gospodarstvo lahko razvijalo in raslo. Ljudje so se bili pripravljeni odpovedovati vsakodnevnim stvarim in odnose z ljudmi postaviti na stran. Tako religija kot tradicionalne vrednote so Japonce dolga stoletja učile o vdanosti, spoštovanju in trdem delu kot osnovi za življenje. Ker so Japonci tako dolgo živeli in še danes živijo po takšnih vrednotah, je bilo zanje samoumevno, da bodo ravnali tako, kot so in s tem omogočili razcvet njihovega gospodarstva.

Takšni delovniki so povzročili med delavci simptome izčrpanosti in nekateri so zaradi dela celo umrli. Karoši je bil v tem obdobju pogost pojav, ki pa ga je bilo težko dokazati, saj ni bilo v delodajalčevem interesu, da bi družini umrlega izplačeval odškodnine (Ferfila in drugi 2001, 589).

Spreminjal se je tudi šolski sistem, zlasti v času gospodarske rasti po vojni se je pojavila velika potreba po ekonomskem kadru. Politika šolstva je šla celo tako daleč, da je favorizirala tiste, ki so kazali ekonomske sposobnosti. Politika je študente delila na tiste, ki

so obetali in na tiste, ki bodo potrebni za trg dela in industijo. Pomembno je bilo, na katero univerzo si bil sprejet, kar je pomembno še danes.

Ko se je Japonska leta 1990 zaradi poka ekonomskega mehurčka soočila z najglobljo recesijo, so se stvari na področju tako kulture kot gospodarstva spremenile. Delodajalci so svoja podjetja poskušali pred propadom rešiti tako, da so od delavcev zahtevali še več dela, še več časa, posvečenega delu za isto plačilo kot do tedaj (Meek 2004, 312). Investitorji so se začeli po poku hitro umikati z japonskega trga in podjetja so vedno slabše poslovala. Za veliko ljudi delo takrat več ni bilo samoumevno, saj je bilo vedno več stečajev in tudi odpuščanj.

Ker Japonce njihovi nauki in vera učijo strpnosti in ljubezni do družine in okolice, se na krizo niso odzvali z izgredi in demonstracijami.

Delavci so začeli iskati nove, boljše zaposlitve. Niso si več želeli neskončnih delovnikov. Zmanjševala sta se lojalnost in občutek pripadnosti podjetju.

Z razmahom televizije in popularne kulture se je spreminjalo življenje zlasti mladim generacijam. Podjetja so v na novo izoblikovani kulturi mladih zaslutila možnost za neštete nove proizvode. Eden takšnih proizvodov so bile kabine za samofotografiranje, kjer lahko vsak posameznik fotografiji doda določene posebne elemente (Ferfila 1999, 20). Podjetja tako stremijo k vedno novim možnostim, ki predstavljajo vedno nove zabavne proizvode, ki so produkt moderne japonske kulture danes.

Danes si mlajše generacije želijo drugačne stvari in življenje gledajo skozi drugačne vrednote. Svet je vedno bolj odprt in povezan, kar nanje še posebej vpliva. Produkti zabavne kulture se v svetu mešajo med sabo in ustvarjajo neštete nove možnosti zabave in razvedrila. Japonska podjetja in njihovi proizvodi jim ponujajo neštete možnosti zabave, ki jih združi z vrstniki. Mladi skoraj ne poznajo več pojma dosmrtna zaposlitev, vendar bolj stremijo za boljšimi službami in možnostmi razvijanja in dokazovanja svojega osebnega jaza. Pri tem ne gre za to, da ne bi več spoštovali tradicij ali živeli v prepričanju, da je trdo delo edina možnost za uspeh, ampak preprosto živijo po drugačnih načelih, na katera je vplival hiter gospodarski razvoj. Mladi si danes želijo ustvariti kariero in uresničiti svoje želje in cilje, preden se odločijo za družino. Zavedajo se, da se brez službe in finančnih sredstev težko preživi, če sploh.

Na razmah gospodarstva je zagotovo vplivala kultura Japoncev. Ravno zaradi svoje specifične kulture so bili Japonci zaradi poraza v drugi svetovni vojni tako ponižani, kultura in njihova prepričanja so vzpodbudila spremembe v družbi in razmah gospodarstva. Če Japonci ne bi tako visoko vrednotili medsebojne strpnosti, lojalnosti, moralnih naukov in si želeli izoblikovati boljšo državo za naslednje generacije, se gospodarstvo verjetno ne bi razvilo v tolikšni meri. Tako pa so bili Japonci vedno pripravljeni delati in sposobni stvari videne drugje, preoblikovati in izboljšati na svoj edinstven način. Ker je Japonska v razmeroma kratkem času dosegla izjemen gospodarski uspeh, je bila cena le-tega preoblikovanje kulture

in družbe zlasti na družinskem področju. Podjetja so delavcem nudila zaposlitev in delo, delavci pa so podjetju vračali z marljivostjo, lojalnostjo in vdanostjo skupini in podjetju. Gospodarstvo je močno vplivalo na kulturo, saj je nekatere njene vidike, kot je tudi družina, močno preoblikovalo. Gospodarstvo je dodobra pretreslo japonsko družbo, ki se deli na ostarele Japonce, ki še vedno globoko cenijo in spoštujejo tradicionalne vrednote in tiste, ki so se rodili v novejšem času in živijo v drugačnih prepričanjih, ki jih je oblikovala moderna kultura z ostanki tradicionalne in vplivom gospodarskega vzpona.

8 SKLEP

Čeprav je leta nazaj veljalo prepričanje, da kultura in gospodarstvo nimata skupnih točk in nista nikakor medsebojno povezana, je danes z raziskavami dokazano, da temu ni tako. Kultura in gospodarstvo sta medsebojno prepletena pojma, ki medsebojno vplivata drug na drugega. Kulturne značilnosti in nacionalna kultura v veliki meri vplivajo na gospodarstvo in gospodarski razvoj ter uspeh neke države. Gospodarstvo pa povratno vpliva na kulturne značilnosti in lahko pogojuje obseg sprememb v kulturi družbe.

Kultura je vse, kar oblikuje ljudi v družbi. Kultura so obnašanja, vedenja, vrednote, norme. Kultura je jezik in način sporazumevanja. Vsaka kultura na svetu je drugačna ter vsebuje specifične značilnosti, ki jo ločijo od vseh preostalih. V današnjem svetu zaradi vedno večjega števila stikov z drugimi državami, ljudmi, zaradi globalizacije in tehnoloških napredkov prihaja do mešanja in spreminjanja kultur. Japonska kultura se ni spreminjala toliko zaradi mešanja z drugimi kulturami, saj Japonska velja za državo, ki ima zelo majhen odstotek tujega prebivalstva, pač pa na spreminjanje najbolj vpliva njeno hitro rastoče gospodarstvo. Japonci nimajo posebnih in edinstvenih samo splošnih kulturnih značilnosti, pač pa so poznani tudi po svoji specifični in strogi poslovni kulturi, kjer lahko že samo napačen pristop negativno vpliva na nadaljnja poslovna dogovarjanja.

Japonci dobro proučijo vse, kar je v svetu novega in zanimivega, zlasti na področju novih tehnologij in proizvodov ter stvari povezujejo z lastnimi izkušnjami, kar produkte dodatno oplemeniti in jih bistveno izboljša. Že v vsej svoji zgodovini so posnemali in priredili vse, kar jim je predstavljalo potencialno vrednost in možnost uspeha, ostalo pa pustili. So vztrajni, delovni in ponosni. Za uspeh so pripravljeni delati in vztrajati ne glede na ovire, s katerimi se soočajo.

Njihova kultura je doživela velike spremembe, ki so vidne ob primerjavi njihove tradicionalne kulture, ki so jo poznali pred drugo svetovno vojno in današnje, moderne kulture. Zanimivo je to, da so kljub spreminjanju kulture uspeli ohraniti nekatere tradicionalne značilnosti, zlasti tiste, ki se odražajo v Japoncih samih. Delovnost, poštenost, marljivost, vztrajnost, kolektivizem. Vse, kar so v svoji zgodovini Japonci dosegli, je plod njihove sposobne in marljive delovne sile. Sposobnost prepoznavanja in vlaganja investicij v nove tehnologije ter sposobnost dolgoročnega načrtovanja. Tako močnega gospodarstva ne bi bilo moč ustvariti, če med ljudmi ne bi bilo harmonije in skupnega cilja, boljšega jutri za naslednje generacije.

Danes je Japonska četrta gospodarska velesila sveta in je v svetu deležna velikega ugleda, saj je ni nobena kriza do zdaj dotolkla, kar dokazuje kvečjemu to, kako trdno so se pripravljene boriti za svoje želje in cilje. Japonci so se v zgodovini soočili s porazom v drugi svetovni vojni, z veliko recesijo konec devetdesetih let, velikim pomanjkanjem naravnih virov, a so

kljub temu ostali močen narod s trdnimi načeli, katera je med ljudmi moč opaziti in občutiti še danes.

Ugotovitve, glede spreminjanja kulture in gospodarstva ter medsebojne prepletenosti v diplomski nalogi, se skladajo z mojimi iztočnicami, da so kultura in kulturne značilnosti Japoncev v začetni fazi vplivale na hiter gospodarski razvoj povojne Japonske. Da so ravno njihova trdna volja in dobra delovna sila v kombinaciji z moralnimi načeli konfucionizma in vere ter ostanki tradicionalnih vrednot glavni vzpodbujevalci gospodarskega razvoja.

Vendar je hiter gospodarski vzpon vplival tudi na kulturne značilnosti in tako je prišlo do sprememb v njihovi kulturi. Spremenil se je pogled in vrednote družine, gospodarstvo je spremenilo šolstvo in potrebe po kadrih ter vzpodbudilo pomen šolanih ljudi. Z novimi tehnologijami se je razmahnila moderna kultura, kjer predvsem mladi stremijo za vedno novimi proizvodi in produkti zabavne industrije ter tako podjetjem omogočajo trg za potencialne nove proizvode. Na Japonskem danes nič več ni presenečenje. Bolj je stvar šokantna, večji je njen uspeh.

Naj zaključim diplomsko nalogo s sklepno mislijo, da sta kultura in gospodarstvo prepletena pojma. Skozi zgodovino so Japonci izoblikovali svojo edinstveno kulturo, ki se v veliki meri odraža v njihovem gospodarstvu. Njihovo močno gospodarstvo in gospodarski uspeh sta odraz kulturnih značilnosti in kulturoloških posebnosti japonskih prebivalcev. So delovni, iznajdljivi, prilagodljivi, pošteni in v pravih trenutkih zadržani. Se pravi, so tisto, kar je v njihovem gospodarstvu potrebno, da ostaja močno in v samem vrhu v svetovnem merilu. Res je, da je gospodarstvo v zadnjih letih močno poseglo v njihove kulturne značilnosti in odnose, vendar so se Japonci vedno znali novim razmeram prilagoditi in jih sprejeti.

LITERATURA

- Amadeo, Kimberly. 2012. *Japan's Economy. How the Fourth Largest Economy Affects the U.S. and the World*.
[Http://useconomy.about.com/od/grossdomesticproduct/a/Japan_Recession.htm](http://useconomy.about.com/od/grossdomesticproduct/a/Japan_Recession.htm) (2. 9. 2012).
- Barle - Lakota, Andreja, Mirjam Počkar, Bojana Novak - Fajfar, Tanja Popit in Alojz Pluško. 2004a. *Uvod v sociologijo. Učbenik za sociologijo v gimnazijskem izobraževanju*. Ljubljana: DZS.
- Barle - Lakota, Andreja, Mirjam Počkar, Bojana Novak - Fajfar, Tanja Renner, Milica G. Antić, Tanja Popit, Alojz Pluško in Marjana Ratkai-Ilić. 2004b. *Sociologija. Učbenik za 280-urni predmet sociologije v 4. letniku gimnazijskega izobraževanja*. Ljubljana: DZS.
- Bosshart, David. 1997. *Die Zukunft des Konsums*. B.k. ECON
- Caudill, William. 1973. The Influence of Social Structure and Culture on Human Behavior in Modern Japan. *Ethos* 1 (3): 343–382.
- Clark, Robert L., Naohiro Ogawa, Makoto Kondo in Rikiya Matsukura. 2010. Population Decline, Labor Force Stability, and the Future of the Japanese Economy. *European Journal of Population* 26 (2): 207–227.
- Clugston, Mackenzie. 2006. A Changing Japan and Implications for Canada. *Canadian Institute of International Affairs Occasional Papers* 3 (4): 1–7.
- Feldman, Ofer. 1997. Culture, Society, and the Individual: Cross-Cultural Political Psychology in Japan. *Political Psychology* 18 (2): 327–353.
- Ferfila, Bogomil. 1999. *Japonska: dežela samurajev in robotov*. Radovljica: Didakta.
- Ferfila, Bogomil, John D. Holm, Paul Phillips, Reinhard Heinisch, Lance T. Leloup, Marta Kos, Vladimir Kos, Bob Donnorummo, Stanislav Raščan in Atsushi Saito. 2001. *Države in svet*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Ferfila, Bogomil. 2007. *Svet na dlani, zbirka svet na dlani*. 1. knjiga, 2. del. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Goldstein-Gidoni, Ofra. 2005. The Production and Consumption of 'Japanese Culture' in the Global Cultural Market. *SAGE Publications* 5 (2): 155–179.
- Grief, Avner. 1994. Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Societies. *Journal of Political Economy* 102 (5): 912–950.
- Grief, Avner. 2005. *Institutions: Theory and History. Comparative and Historical Institutional Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Guiso, Luigi, Paola Sapienza in Luigi Zingales. 2006. Does Culture Affect Economic Outcomes? *The Journal of Economic Perspectives* 20 (2): 23–48.
- Hanna, N. in Hoffer B. 1989. *An English Dictionary of Japanese Ways of Thinking*. Tokyo: Yuhikaku.
- Herbig, Paul A., in Robert Milam. 1994. When in Japan, do as the Japanese do; When in Rome, do as the Japanese do: The Achilles' Heel of Japanese Business Philosophy. *Marketing Intelligence & Planning* 12 (11): 26–35.

- Herbig, Paul in Lawrence Jacobs. 1998. Culture as an Explanatory Variable for the Japanese Innovative Processes. *An International Journal* 5 (3): 5–30.
- Hofstede, Geert. 1984. *Culture's Consequences, International Differences in Work-Related Values*. Abridged edition. Newbury Park, London in New Delhi: Sage Publications.
- Hofstede, Geert. 1991. *Cultures and Organizations: Software of the Mind. Incultural Cooperations and its Importance for Survival*. New York: McGraw-Hill.
- Hofstede, Geert. 2001. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. 2. izdaja. Thousand Oaks, London in New Delhi: Sage Publications.
- Hofstede, Gert Jan, Paul B. Pedersen in Geert Hofstede. 2006. *Komuniciranje: raziskovanje kulture. Primeri, vaje in simulacije*. Ljubljana: Družba Piano.
- Hofstede, Geert. 2012. *Japan*. [Http://geert-hofstede.com/japan.html](http://geert-hofstede.com/japan.html) (14. 8. 2012).
- Hrastelj, Tone. 2001. *Mednarodno poslovanje v vrincu novih priložnosti*. Ljubljana: Založba GV.
- Jazbinšek, Simona. 2012. *Japonska. Dežela vzhajajočega sonca in poslovnih priložnosti*. [Http://www.zdruzenje-manager.si/si/publikacije-dokumenti/vodnik/japonska/](http://www.zdruzenje-manager.si/si/publikacije-dokumenti/vodnik/japonska/) (16. 8. 2012).
- Jelovac, Dejan. 2000. *Podjetniška kultura in etika*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
- Meek, Christopher B. 2004. The Dark Side of Japanese Management in the 1990s: Karoshi and Ijime in the Japanese Workplace. *Journal of Managerial Psychology* 19 (3): 312–331.
- Moran, Robert T., Philip R. Harris in Sarah V. Moran. 2007. *Managing Cultural Differences: Global Leadership Strategies for the 21st Century*. 7. izdaja. Amsterdam, Boston, Heidelberg, London, New York, Oxford, Paris, San Diego, San Francisco, Singapore, Sydney in Tokyo: Elsevier.
- Murdoch, George. 1965. *Culture and Society*. Pittsburg: University of Pittsburg.
- Partridge, Christopher. 2009. *Verstva sveta*. 3. izdaja. Ljubljana: Založba Mladinska knjiga.
- Picard, Robert R., in John C. Groth. 2001. Japan's Journey to the Future. *Management Decision* 39 (4): 315–322.
- Shirakawa, Masaaki. 2011. Bubbles, Demographic Change and Natural Disasters. *Monetary and Economic Studies* 29 (11): 19–32.
- Swierczek, Fredric William in Jun Onishi. 2003. Culture and Conflict: Japanese Managers and Thai Subordinates. *Personnel Review* 32 (2): 187–210.
- Šantić, Vojin. 1964. *Japonska*. Ljubljana: Globus.
- Trompenaars, Fons in Charles Hampden-Turner. 1998. *Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Global Business*. 2. izdaja. New York, San Francisco, Washington D.C., Auckland, Bagota, Caracas, Lisbon, London, Madrid, Mexico City, Milan, Montreal, New Delhi, San Juan, Singapore, Sydney, Tokyo in Toronto: McGraw-Hill.

Vietor, Richard H. K. 2007. *How Countries Compete: Strategy, Structure and Government in the Global Economy*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Zakrajšek, Srečo. 1992. *Japonska*. Ljubljana: Biteks.

Zver, Milan, Tjaša Živko in Vito Bobek. 2005. *Ekonomija in kultura. Umeščenost Slovenije v evropski ekonomskokulturni kontekst*. Koper: Fakulteta za management Koper.

VIRI

Central Intelligence Agency. 2012. *Japan*. [Http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ja.html](http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ja.html) (2. 9. 2012).

Izvožno okno. 2012a. *Predstavitev države*.

[Http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Predstavitev_drzave_4299.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Predstavitev_drzave_4299.aspx) (15. 8. 2012).

Izvožno okno. 2012b. *Družbeni običaji in navade*.

[Http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Poslovni_obisk/Druzbeni_obicaji_in_navade_738.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Poslovni_obisk/Druzbeni_obicaji_in_navade_738.aspx) (16. 8. 2012).

Izvožno okno. 2012c. *Statistični indikatorji*.

[Http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Statisticni_indikatorji/2014-2011_4113.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Statisticni_indikatorji/2014-2011_4113.aspx) (16. 8. 2012).

Izvožno okno. 2012d. *Pregled gospodarskih gibanj*.

[Http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Pregled_gospodarskih_gibanj_4301.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Pregled_gospodarskih_gibanj_4301.aspx) (16. 8. 2012).

Izvožno okno. 2012e. *Zunanja trgovina*.

[Http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Zunanja_trgovina_4119.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Zunanja_trgovina_4119.aspx) (16. 8. 2012).

Izvožno okno. 2012f. *Bilateralni odnosi s Slovenijo*.

[Http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Bilateralni_ekonomski_odnosi_s_Slovenijo_4120.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Japonska/Bilateralni_ekonomski_odnosi_s_Slovenijo_4120.aspx) (16. 8. 2012).

Trading Economics. 2012. *Japan Unemployment Rate*.

[Http://www.tradingeconomics.com/japan/unemployment-rate](http://www.tradingeconomics.com/japan/unemployment-rate) (18. 8. 2012).

Wikipedija. 2012a. *History of Japan*.

[Http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Japan#Postwar_Japan_.281945.E2.80.93present.29](http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Japan#Postwar_Japan_.281945.E2.80.93present.29) (14. 8. 2012).

Wikipedija. 2012b. *List of Prime Ministers of Japan*.

[Http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Prime_Ministers_of_Japan](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Prime_Ministers_of_Japan) (14. 8. 2012).

Worldwide Tax. 2012. *Japan foreign Investments Incentives*. [Http://www.worldwide-tax.com/japan/jap_invest.asp](http://www.worldwide-tax.com/japan/jap_invest.asp) (18. 8. 2012).