

На правах рукописи

Свинина Надежда Михайловна

**ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ ЯПОНСКОГО ЯЗЫКА В
УСТНОЙ ФОРМЕ**

Специальность 10.02.22. –

Языки народов зарубежных стран Европы, Азии, Африки,
аборигенов Америки (языки народов Юго-Западной Азии, Ближнего
Востока и Африки; языки народов Южной Азии, Среднего и Дальнего
Востока)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Москва – 2008

Работа выполнена на кафедре японской филологии
Института стран Азии и Африки Московского государственного
университета имени М.В. Ломоносова

Научный руководитель: доктор культурологии, профессор
Маевский Евгений Викторович

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Владимир Михайлович Алпатов

кандидат филологических наук, доцент
Басс Ирина Исаевна

Ведущая организация: МГИМО (У) МИД России

Защита диссертации состоится «11» сентября 2008 года в ____ часов на заседании диссертационного совета Д 501.001.34 по филологическим наукам (языкознание) в Институте стран Азии и Африки Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу:

113911, г. Москва, ул. Моховая, д. 11.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ИСАА МГУ.

Автореферат разослан « ____ » _____ 2008 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук

Урб М.Р.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Данная работа посвящена исследованию коммуникативных особенностей устной разновидности делового стиля японского языка.

Актуальность темы данного исследования определяется тем, что наряду с признанием важности лингвистического исследования аспектов деловой коммуникации на японском языке устная разновидность делового стиля японского языка является одной из наименее изученных сфер речевой деятельности как в отечественном японоведении, так и в японском языкознании. Изучение устной формы делового стиля японского языка представляется чрезвычайно актуальным, т.к. деловая коммуникация играет чрезвычайно важную роль в языковой практике современного японского общества.

Актуальность избранной тематики связана также с необходимостью комплексного описания основных особенностей устной формы делового стиля японского языка, которая функционирует в рамках делового стиля и общезыковой системы. Традиции делового общения и тенденции его развития отражают процессы, происходящие в общенародном японском языке и культуре, вследствие чего изучение устной разновидности делового стиля японского языка может оказаться полезным для изучения японского языка в целом.

Объектом исследования является совокупность устных высказываний сферы делового общения на японском языке. Мы придерживаемся комплексного подхода к изучению устной формы делового стиля японского языка, не ограничиваясь анализом «деловой» лексики.

Предмет исследования составляют различные речевые жанры сферы делового общения на японском языке, а также свойственные только устной разновидности делового стиля японского языка обращения и формы вежливых

категорий.

Цель исследования заключается в описании устной формы делового стиля японского языка как системы, а также в выявлении норм и специфических явлений, характерных для этой системы.

Цель исследования определяет необходимость решения следующих конкретных **задач**:

- 1) определение теоретических основ и ключевых характеристик устной формы делового стиля японского языка;
- 2) выделение и анализ ряда основных жанров, существующих в пределах устной формы делового стиля японского языка;
- 3) выявление и описание основных речевых стратегий, свойственных устной форме делового стиля общения на японском языке;
- 4) анализ свойственных устной форме делового общения на японском языке вежливых категорий, специфических форм обращения и установление их взаимосвязи.

Научная новизна данной работы состоит в том, что в ней впервые в отечественном японоведении предпринимается попытка комплексного освещения устной формы делового стиля японского языка, включающая анализ отдельных составляющих устной формы стиля делового общения. Важным представляется выделение речевых стратегий, свойственных устной форме делового общения на японском языке, проведение жанровой классификации устной разновидности делового общения, а также исследование форм обращений, свойственных устной деловой речи, на основе признаков иерархии (высший – низший) и принадлежности собеседников к определённой группе (свой – чужой). Кроме того, деловой стиль японского языка в общем и устная разновидность деловой речи в частности, рассматриваются с учётом данных других наук (культурологии, социологии, педагогики, страноведения и т.д.).

Материалом исследования являются в основном данные, собранные автором во время стажировок в Японии и в ходе переводческой практики. Значительное количество анализируемых примеров было зафиксировано в процессе наблюдения за вербальным поведением участников деловых переговоров различной тематики, что позволяет использовать данные примеры для проведения жанрового анализа, а также для изучения лексических, грамматических и коммуникативных особенностей устного делового общения на японском языке. Кроме того, в качестве материала для исследования использовались примеры, заимствованные из пособий японских авторов по деловому общению на японском языке, словари и данные, полученные из СМИ и Интернета.

При написании работы учитывались результаты фундаментальных исследований широко известных российских и зарубежных учёных: В.М. Алпатова, М.М. Бахтина, С.А. Быковой, И.В. Головнина, М. Каи, С. Като, Х. Киндаити, Н.И. Конрада, М.А. Кронгауза, Е.В. Маевского, С.В. Неверова, Р. Нисио, А.А. Пашковского, Р. Ратмайр, К.Ф. Седова, Н.А. Сыромятникова, М. Такиура, М. Токиэда, Р. Уоттса, Н.И. Фельдман, Т. Фусими, А.А. Холодовича, Т.В. Шмелёвой, П. Браун и С. Левинсона и других.

Методы исследования определяются спецификой предмета исследования и поставленных задач. В целом в работе применяется комплексная методика, объединяющая как традиционные приёмы непосредственного наблюдения и аналитического описания языковых фактов, так и современные процедуры изучения материала, в частности, использование компьютерных технологий. Работа основана на теоретических установках и методике исследования, разработанных в отечественном языкознании, основной метод исследования – описательный. Ему подчинены общелингвистические методы и приёмы, такие как анализ и синтез, дедукция и индукция, классификация, сравнение и сопоставление, описание и обобщение.

Практическая значимость диссертации заключается в том, что результаты и методика исследования могут оказаться полезными для дальнейшей разработки вопросов, связанных с изучением как делового стиля японского языка в целом, так и его устной разновидности в частности. Выводы, полученные в ходе исследования, могут быть использованы в учебных курсах по теории и практике устного делового общения на японском языке, составлении методических пособий, учебников и т.п. Кроме того, результаты исследования могут представлять интерес для специалистов в области межкультурных коммуникаций, а также для бизнесменов и переводчиков японского языка в качестве пособия, где анализ устной формы, способов и стратегий делового общения поможет избежать непонимания или конфликтов в сфере деловой коммуникации на японском языке.

Апробация работы проводилась на кафедре восточных языков Иркутского государственного лингвистического университета (ИГЛУ).

Отдельные положения работы были апробированы на Ломоносовских чтениях в ИСАА МГУ 2005 года, на конференции молодых учёных «Лингвистика. Лингводидактика. Информатика» в ИГЛУ 27 февраля 2006 г., на международной конференции «Азиатско-тихоокеанский регион: диалог языков и культур» в ИГЛУ 25 января 2007 г., на Симпозиуме преподавателей японского языка стран СНГ в ИСАА МГУ 26 октября 2007 г. По теме диссертации опубликовано 5 научных работ.

Структурно диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы и двух приложений. Библиография включает 196 наименований работ по исследуемой тематике на русском, английском и японском языках, а также справочные издания и цитируемые в примерах источники.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во «**Введении**» обосновывается актуальность выбора темы диссертации и формулируется научная проблема, на решение которой направлено исследование, его цели и задачи; отмечается научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность работы.

Глава I «Основные особенности устной формы делового стиля японского языка» посвящена определению теоретических основ, на которых строится исследование, изучается специфика использования устной формы делового стиля речи и перечисляются наиболее общие особенности устной формы делового стиля японского языка. В главе предлагаются основные речевые стратегии делового общения на японском языке, отмечается тенденция к всё большему распространению заимствованной лексики в деловой сфере. Кроме того, выделяются характерные особенности деловой практики современной Японии и проводится анализ влияния мировых экономических тенденций на использование делового стиля и делового этикета в сфере японского бизнеса в настоящее время.

Представляется верным определение делового стиля речи как языкового стиля, использующегося в ситуациях делового общения для выражения равноправных отношений и отношений субординации как при осуществлении внешних контактов компаний, так и в процессе коммуникации внутри предприятия. В обоих случаях возникает необходимость в употреблении специальной лексики и устойчивых речевых конструкций.

Деловой стиль обслуживает правовую и административно-общественную сферы человеческой деятельности и используется при составлении и написании документов, деловых бумаг и корреспонденции, а также в разнообразных видах устного делового общения.

Целесообразно разделить устное деловое общение на официальное

(формальное) и неофициальное (неформальное), где первое по форме выражения близко письменным жанрам делового общения, а второе – жанрам повседневной, бытовой, но сохраняющей специфические черты «бизнес-языка» устной речи. В проведённом исследовании внимание уделяется как официальной, так и неофициальной формам устной деловой коммуникации.

Для официального устного делового общения характерны, в основном, те же особенности, что и для письменной корреспонденции и деловой документации, то есть: достоверность, объективность и нейтральность тона изложения; точность изложения, которая исключала бы разное толкование; полнота информации и краткость изложения; сведение до минимума личного момента; использование логических, а не эмоционально-экспрессивных средств оценки ситуаций и фактов; тематическая однородность и логическая связанность информации; чёткость структуры и композиции. Неофициальное устное деловое общение не исключает эмоциональной окраски реплик; объективность, полнота информации, краткость и достоверность не всегда сопутствуют данному виду общения, может также отсутствовать и тематическая однородность. Подобный вид коммуникации остается деловым в силу особой речевой ситуации и тематики, состава участников беседы, а также использования особой лексики и речевых оборотов.

На формирование делового стиля японского языка большое влияние оказала иерархизация общества – сословный строй, с феодальных времен разделивший японское общество на четыре сословия: самураи, земледельцы, ремесленники и торговцы. Предположительно, в связи со становлением города Осака в качестве торгового центра Японии периода Эдо (1603–1867 гг.) в японском деловом сообществе закрепились определённые речевые способы достижения эффективности делового общения, использовавшиеся осакскими торговцами с давних времён. Среди стратегий, т.е. совокупностей решений и

действий говорящего, направленных на результат и повсеместно употреблявшихся в речи осакских торговцев, можно выделить следующие:

- 1) использование в речи шуток, юмора;
- 2) использование комплиментов;
- 3) выражение интереса к клиенту, партнёру;
- 4) обещания, предоставление гарантий;
- 5) выражение солидарности, единства взглядов;
- 6) советы и убеждение;
- 7) смягченное выражение несогласия, связанное с нежеланием задеть собеседника, отсутствие категоричных высказываний;
- 8) демонстрация ответственности за качество предоставляемого товара, услуг;
- 9) ориентированность на соответствие требованиям клиентов, партнёров;
- 10) активная деятельность в сфере занятости, направленная на её расширение.

Данные стратегии и в настоящее время используются в японском деловом сообществе для установления стабильных доверительных отношений и согласия между партнёрами, как потенциальными, так и уже существующими.

В японском деловом мире существуют некоторые специфические особенности, такие как: традиция обращения к богам, ориентированность на группу; процедура регулярного перемещение кадров в компании с одной должности на другую, как с повышением, так и без него; традиция заключения сделок без подписания контрактов и т.д. Всё это оказывает влияние и на речевую коммуникацию в сфере делового общения. Несомненно, что своеобразие устной формы делового стиля японского языка, помимо культурных факторов, определяется и чисто лингвистическими особенностями

японского языка.

В связи со стремительным развитием различных отраслей производства и расширением деловых контактов сфера делового общения на японском языке не может обойтись без использования заимствованной лексики (в основном из английского языка). Количество специфических, свойственных только определённым областям человеческой деятельности (в том числе и деловому общению) терминов постоянно увеличивается. Это объясняется тем, что нередко заимствованные слова имеют более конкретные значения, нежели исконно японские.

Сравним, например, слово クレーム (курэ:му) «претензия, жалоба» от англ. “claim” и его японский синоним 請求(сэйкю:), который переводится как «претензия, требование, просьба, запрос» и т.д.:

輸送中の破損に対するクレームは受け入れられません。

Юсо:тю: но хасон ни тайсуру курэ:му ва укэирэрарэмасэн («Мы не можем принимать жалобы на повреждения, полученные во время транспортировки»).

Конкретизация смысла влияет на частоту использования слова-термина в той или иной области. Из данного примера очевидно, что однозначное слово クレーム, обладающее прочным межкультурным статусом в языке бизнеса, является наиболее подходящим в отдельных ситуациях делового общения на японском языке. Это обуславливает устойчивость и частоту его употребления.

По мере расширения межнациональных деловых связей и глобализации рынка общая речевая культура японцев также претерпевает изменения. Установлено, что за последние десятилетия речевая коммуникация японцев стала более экспрессивной, усилилось её сопровождение жестами, большее число японцев стало ориентироваться на стандарты европейской риторики.

Нельзя отрицать и существования тенденции к уменьшению использования вежливых форм в устной речи и снижение значимости традиционного этикета в общении японцев младшего поколения.

Предположительно, частота использования вежливых и этикетных форм, свойственных деловому общению на японском языке, зависит от величины, статуса и типа компаний, к которым относятся собеседники. Несомненное влияние на степень формальности оказывает и сама сфера делового общения, которую можно разделить на два вида: общение на внутреннем рынке страны (японские или совместные предприятия) и общение с иностранными компаниями на внешнеэкономическом уровне. При установлении контактов с иностранными компаниями японцы следуют правилам своего традиционного этикета, что связано как с отсутствием знаний об этикете страны, гражданином которой является партнёр, так и необходимостью придерживаться условностей и формальностей, свойственных деловому общению. По отношению к работающим в Японии иностранным коллегам учтивые вежливые формы нередко опускаются, а вместо них используются нейтральные:

相談が必要な時、遠慮なくそう言ってくださいよ。

Со:дан га хицуё:-на токи, энрё-наку со: иттэ кудасай ё («Когда Вам нужен будет совет, так и говорите (нам), без стеснения»).

Это объясняется как сомнением в полном понимании японской речи, сложных гоноративных и депрециативных форм, так и:

- 1) покровительственным отношением к иностранцам как к неискушенным участникам некой сферы деятельности;
- 2) ориентацией на стереотипное общение иностранцев между собой (более экспрессивное и прямое);
- 3) ориентацией на поддержание временных, а не постоянных отношений.

Во II главе «Устные речевые жанры делового стиля японского языка» выделяются четыре класса основных речевых жанров сферы деловой коммуникации на японском языке, а также анализируются на основе примеров наиболее употребительные устные жанры, такие как деловая беседа, деловое выступление, телефонная беседа на деловую тематику и т.д., существующие в рамках разнообразных ситуаций делового общения.

Речевыми жанрами называются свойственные определённой области речевой деятельности устойчивые типы высказываний. Выделяются первичные (простые) и вторичные (сложные) речевые жанры. В исследовании мы придерживаемся классификации Т.В. Шмелёвой, которая выделяет четыре группы речевых жанров: информативные, оценочные, перформативные (этикетные) и императивные.

Устные речевые жанры в большинстве своих проявлений являются диалогичными, т.е. в них задействовано по меньшей мере два собеседника. Любая беседа находится в состоянии постоянного изменения, на протяжении диалога происходит постоянная смена речевых жанров. Например, разговор может начаться с выражения просьбы, которую затем сменит совет, а закончиться одобрением или высказыванием критики. В ритуализированном деловом языке японцев, помимо тематических и смысловых факторов, влияющих на содержание ответного высказывания (соответственно и на используемые речевые жанры), существуют клише и шаблонные выражения, применение которых ситуативно и регламентируется социальными, групповыми, возрастными и, нередко, гендерными факторами.

Предположительно, речевые жанры устной разновидности делового стиля японского языка можно классифицировать следующим образом:

1. Информативные речевые жанры: деловая беседа *бидзинэсу тайва*, деловое выступление *бидзинэсу сунити*, телефонные беседы на деловые темы

дэнва но бидзинэсу кайва и т.д. Стереотипными для жанра деловой беседы являются обязательные приветственные фразы, например:

お忙しいところ、貴重なお時間を割いていただきまして、ありがとうございます。

О-исогасий токоро, китё:-на о-дзикан о сайтэ итадакимаситэ, аригато: годзаимасу («Большое спасибо, что несмотря на свою занятость, Вы уделили нам своё драгоценное время»).

2. Оценочные речевые жанры: похвала *сандзи*, *хомэкотоба* и одобрение *кэссай*, критика *хихан*, осуждение *хинан*, характеристики (*сэйкаку*) *бё:ся* и т.д.:

このところ、御社にはずいぶん活気があります。

Коно токоро, онся ни ва дзуйбун какки га аримасу («Ваша компания очень сильна в этом», «Ваша компания очень активна в этом»).

3. К перформативным, этикетным речевым жанрам относятся: приветствия и прощания *айсацу*, поздравления *сюкуга*, представление *сё:кай*, благодарность *канся* и т.д.:

田中部長、昇進、おめでとうございます。

Танака-бутё:, сё:син, омэдэто: годзаимасу («Начальник отдела Танака, поздравляем Вас с повышением»).

4. Императивные речевые жанры: просьба *о-нэгаи*, советы *тю:коку*, требования *ё:кю:*, рекомендации *суйсэн*, *суйсё:*, жанр обещаний *якусоку* и т.д.:

新しい契約の件、よろしく申し上げます。

Атарасий кэйяку но кэн, ёросику о-нэгаи симасу («Прошу Вас с вниманием отнестись к новому договору»).

Жанровый подход оказывается продуктивным при описании устной формы делового общения, поскольку способствует автоматическому запоминанию отдельных клише. Однако такой подход характеризуется некоторыми трудностями в установлении границ отдельных жанров: похвала и

одобрение тесно переплетаются между собой, так же, как жанры осуждения и критики. Требования и просьбы зачастую отличимы только интонационно; близки жанры советов и рекомендаций и т.д. Речевые жанры не могут существовать отдельно от коммуникативной ситуации, а разделить и определить их зачастую возможно только с помощью выяснения контекста беседы.

Для устного делового общения характерна тенденция к закреплению активных ролей собеседников во время разговора, т.е. в беседе нет постоянно-слушающего и постоянно-говорящего (за исключением жанра делового выступления); на выбор используемых речевых жанров и адекватной степени вежливости влияют в первую очередь ситуация делового общения, а затем уже – цель, социальный статус, возраст и пол собеседников (т.е. по отношению к одному собеседнику вероятно использование речевых жанров в основном информативного класса, а к другому, например, императивного). Несомненно, что общение, состоящее только из одного класса речевых жанров, встречается крайне редко. Все коммуникативные ситуации подразумевают постоянную смену речевых жанров в ходе делового общения.

Коммуникативная ситуация является одной из важнейших типологических характеристик для всех речевых жанров. Так, ситуация делового общения крайне важна для жанра деловой беседы, поскольку включает в себя целевую установку – результат, который должен быть достигнут в ходе общения. Целевая установка определяет выбор формы выражения жанра (переговоры, индивидуальная беседа или совещание), а поводом для устной коммуникации в сфере делового общения обычно являются события, связанные с деловой жизнью, необходимость получения информации, желание прийти к согласию, договорённости в каких-либо вопросах. Цель общения чрезвычайно важна и для определения специфики

жанра, т.е. его композиции, стилистических и языковых особенностей устной речи, а также аргументации, типичной для данного жанра.

В связи с возрастающим в последнее время интересом к «языку бизнеса» представляется целесообразным особое выделение и исследование таких жанров, как деловая беседа *бидзинэсу тайва* и деловое выступление *бидзинэсу суги:ти*.

Данные речевые жанры включают в себя первичные жанры и являются риторическими, т.е. жанрами не спонтанного, а подготовленного (в целом) речевого общения, свободному владению которыми необходимо специально учиться, поскольку они являются частью профессиональной компетенции. Эти жанры в большей мере определяются по структуре текстов, а не по функциям отдельных высказываний.

Деловая беседа в японском языке может быть реализована следующими формами, т.е. первичными, «простыми» жанрами: *кайги* (заседание, собрание), *ко:сё:*, *сэссё:* (переговоры), *данва* (обсуждение), *дзаданкай* (обсуждение, дискуссия «за круглым столом») и т.д. В любой из перечисленных форм общения будут участвовать ещё более мелкие жанры, как например, *сё:кай* (представление), *айсацу* (приветствие), *кэссай* (одобрение), *канся* (благодарность), *о-нэгаи* (просьба) и т.д.

Деловая беседа носит строго предметный характер, в ней невозможны произвольные высказывания и повороты. Беседа может прерываться и иметь отсроченное продолжение в том же направлении, что можно наблюдать на примере проведения переговоров как на уровне отдельных организаций, так и на уровне стран. Деловая беседа всегда включает ряд микротем, соответствующих её содержанию, таких как стоимость, форма оплаты, сроки поставки, планируемые отрасли развития и т.д. Необходимо особо отметить, что основой деловой беседы (а также её результатом) часто является письменный текст. В японской деловой практике в ходе ведения деловой

беседы принято опираться на статистику, зафиксированные на бумаге данные. Однако, как указывает японский лингвист К. Хасэгава, письменное оформление достигнутых в ходе общения промежуточных договоренностей мало распространено, так же, как и официальная фиксация конечного результата бесед (в виде договоров, контрактов, и т.д.).

Основные характеристики деловой беседы, близкие упомянутым выше общим речевым стратегиям, ограничены рамками конкретного комплексного риторического жанра. Можно перечислить следующие из них:

- обозначение темы беседы;
- регулирование хода беседы;
- привлечение внимания и пробуждение/поддержание интереса партнёров к предмету обсуждения;
- выяснение позиций, мнений, желаний, а также скрытых целей партнёров;
- нейтрализация конфликтов интересов, возникающих в ходе беседы;
- демонстрация готовности/неготовности к сотрудничеству путём выражения согласия, понимания, недоверия, обдумывания;
- дозирование информации;
- взаимный поиск вариантов решения поставленных задач, принятие решений;
- формирование договоренности по аспектам и их фиксирование (часто письменное);
- внесение уточнений, замечаний и оговорок;
- соблюдение этикетных правил и традиций делового общения, свойственных культуре обеих сторон.

С помощью анализа жанра деловой беседы выявлены следующие особенности:

1) принадлежность речевой деятельности к определённому классу жанров (деловая беседа, деловое выступление) не ограничивает использование других жанров в ходе общения;

2) разделение деловой беседы по виду аудитории (внешняя коммуникация предприятия и общение внутри компании), зависящее от изначальной целевой установки беседы, существенно влияет на используемые в ходе беседы речевые жанры.

Жанр делового выступления *бидзинэсу сүи:ти* также является комплексным жанром, в большей мере риторическим (формальным и подготовленным), нежели жанр деловой беседы. В основном все деловые выступления производятся на основе письменного текста. Официальным выступлениям, реализующимся в форме докладов, презентаций, речей и т.д., свойственна повышенная степень вежливости.

Деловые выступления характеризуются структурностью, целостностью, содержательностью. Вольная группировка смыслового содержания в данном жанре недопустима.

Анализ примеров высказываний позволил нам выявить большую вариативность используемых в деловом общении речевых жанров, а также возможность их взаимосочетаемости в различных коммуникативных ситуациях. Ключевую роль при выборе определённого речевого жанра играют такие факторы, как цель общения, состав и принадлежность аудитории, формальность/неформальность ситуации, а во многих случаях – статус, возраст собеседников/слушателей, их гендерная принадлежность.

Концепция описательного исследования жанров деловой коммуникации представляется продуктивной и практически необходимой для изучения деловой речи, в особенности, её многообразных устных форм. Построение описательной модели жанров, основанной на их стилистических и прочих характеристиках, позволит сделать процесс речи более экономным и выявить универсальные компоненты большинства жанров делового общения.

В III главе «Выражение вежливости в устной разновидности делового стиля японского языка» проводится анализ использования

лингвистической (речевой) вежливости японского языка в сравнении с речевой вежливостью, свойственной другим культурам, а также предпринимается попытка выявить отличительные особенности употребления вежливых категорий в устной форме делового общения на японском языке. Исследуется употребление обращений в японском языке и анализируется взаимосвязь использования определённых видов обращений с аспектом вежливости и ситуативными признаками деловой речи.

В деловом мире Японии, состоящем из людей разного возраста и социального положения, формы вежливости (*кэйго*) являются одним из важнейших инструментов налаживания и поддержания корректных и доброжелательных отношений. Навыки использования вежливых форм играют ключевую роль как в письменном, так и в устном деловом общении на японском языке.

Представляется, что лингвистическую (речевую) вежливость в широком плане следует рассматривать как способ корректного языкового выражения отношений между говорящим, слушающим и людьми, о которых идёт речь, в рамках принятых правил и традиций. Проявления лингвистической вежливости варьируются как в зависимости от моральных ценностей общества, сформированных его историей, традициями и культурой, так и от социального положения собеседников и их индивидуальных характеристик. Вежливое поведение, включая речевую вежливость, хотя и является средством адаптации человека к социуму, но не отождествляется с его прирождёнными качествами или умением, поэтому люди вынуждены постоянно изучать и совершенствовать свои навыки использования вежливых форм, ориентируясь на социальные и культурные ценности конкретного общества.

Существование понятий грубой и вежливой речи, пусть даже различно оцениваемых в разных культурах, даёт понять, что речевая вежливость, как и невежливость, существует в той среде, где присутствуют межличностные

отношения, постоянно проводится оценка статуса, возраста, пола собеседника, конкретной ситуации, являясь неременным атрибутом каждого общества. В разных языках в понятие «вежливость» вкладываются особые, характерные только для данных культур значения.

Стратегии речевой поддержки собеседника, создание атмосферы общности играют важную роль в устном выражении вежливости в общении на японском языке. Специфические речевые акты (приветствия, прощания, поздравления, просьбы, выражение благодарности, согласия несогласия и т.д.), выбор темы беседы, производятся с помощью стратегий речевой вежливости, близких принципам вежливости Дж. Лича, основанных на такте, одобрении, скромности и сопереживании. Однако представляется, что в современном японском обществе использование форм вежливости нередко связано в большей мере с соблюдением этикета, нежели с действительным сопереживанием или уважением к собеседнику. Понятия «вежливость», «дружелюбие», «забота», «защита личного пространства» и т.д., относительно близкие между собой в западных культурах, менее зависимы друг от друга в японской культуре. Вежливость в японском понимании не подразумевает желания говорящего избежать угрозы своему самоуважению, а является частью системы адекватного социального поведения, этикетной нормой. Если в других культурах лингвистическую вежливость с некоторой натяжкой можно заменить дружелюбием, заботой, то японские формы вежливости, ориентированные на почтительное выражение социальных отличий, незаменимы чем-либо другим, и представляют собой одновременно норму общения, соблюдение этикета и социально обусловленную необходимость

В настоящее время как в отечественном, так и в зарубежном языкознании практически не существует теоретических разработок, посвящённых использованию вежливых форм именно в устной сфере делового общения на японском языке. Это, в первую очередь, связано со сложностью определения

форм вежливости, соответствующих какой-либо конкретной деловой ситуации.

Одной из важнейших составляющих устного делового общения на японском языке, несомненно, являются специфические формы обращений, свойственные японскому деловому сообществу. Как известно, обращениями служат имена людей, название лиц по степени родства, положению в обществе, профессии, занятию, должности, званию, национальному или возрастному признаку:

森野部長、出向により子会社の運営を任せます。

Морино-бутё, сюкко: ни ёри когайся но унъэй о макасэмасу («Начальник отдела Морино, в связи с Вашим командированием (сюда), поручаем Вам управление дочерней компанией»).

Рассматриваемые в работе примеры позволяют сделать выводы о наиболее важных тенденциях в употреблении обращений в устном деловом общении на японском языке и их связи с аспектом вежливости.

В результате проведённого исследования форм обращений японского языка получен вывод, что речевое закрепление социальных функций человека с точки зрения иерархических отношений между людьми и принадлежности к группе, основанное на признаках «высший» – «низший» и «свой» – «чужой», характерно для японского общества в целом и является исторически обусловленной особенностью японской культуры.

Предположительно, признак иерархии является основным при выборе форм обращений, адекватных ситуациям устного делового общения. Следующим по важности для использования форм обращений в деловой речи является признак принадлежности к группе, «свой – чужой».

Использованию максимально формальных обращений сопутствует повышение общей степени вежливости речи, что выражается путём последовательного употребления гоноративных и депрециативных форм. По

нормам японского этикета, говорящий должен использовать депрещиативные формы в вежливой речи о себе и «своих». Именно поэтому недопустимо вежливое упоминание о ком-либо из своей группы (даже начальника) в деловой беседе с клиентами или партнёрами.

Обращение по должности является самым почтительным в кругу «своих», т.к. указывает на исключительность адресата как специалиста, а также на принадлежность собеседников к единой профессиональной группе. Формы обращений, свойственные общению с «чужими», совпадают с формами обращений, присущими общению с высшими по статусу «своими». Обращение к собеседнику с помощью суффикса *-сан* в деловом общении возможно при отсутствии знаний о должности или звании адресата, а также в неформальных деловых ситуациях, как в общении между «своими», так и в беседе с «чужими» лицами.

В деловом общении на японском языке широко распространены «восхваление» собеседника, намеренная учтивость. Это выражается с помощью употребления в речи вежливых категорий, а также частого обращения по названию должности (профессии) или фамилии и должности:

理事長、今日何時に回診されますか。

Ридзитё:, кё: нанdzi ни кайсин сарэмасу ка? («Председатель, в котором часу Вы сегодня будете делать обход пациентов?»).

В русской культуре общения обращения являются скорее выражением личного отношения к собеседнику (за исключением некоторых ситуаций формального общения), нежели показателем социального статуса человека. Использование форм обращений в японском языке менее обусловлено личными взаимоотношениями между собеседниками, а сами обращения направлены не только на привлечение внимания адресата, но и на закрепление социальных функций человека, рассматриваемых с позиций иерархии, а также

принадлежности к определенной группе.

В **Заключении** подводятся итоги проведённого исследования, перечисляются основные положения и выводы работы.

Устная разновидность делового стиля речи любого языка обладает специфическими характеристиками, свойственными культуре страны данного языка, и вследствие этого – определёнными нормами и правилами употребления. В работе была предпринята попытка исследования устной формы делового общения на японском языке и составляющих устной коммуникации, выделенных в сфере делового общения.

На основе лингвистических и культурологических предпосылок в работе были выделены основные составляющие, участвующие в образовании устной формы делового стиля японского языка, а именно:

- специфические стратегии устного делового общения, свойственные японскому языку и культуре;
- существующие в устном деловом общении на японском языке виды речевых жанров;
- вежливые категории японского языка;
- наиболее часто встречающиеся в устном деловом общении на японском языке формы обращений.

Основные особенности и характеристики устной формы делового стиля японского языка, предположительно, выражаются в:

- 1) наличии устойчивой взаимосвязи между компонентами устной формы делового стиля японского языка;
- 2) существовании в устной форме делового стиля японского языка исторически сложившихся речевых стратегий, реализуемых различными жанрами устного делового общения;
- 3) существовании большого разнообразия взаимосочетаемых речевых жанров в устной форме делового общения на японском языке, где ключевую

роль при выборе определённого речевого жанра играют такие факторы, как цель общения, состав и принадлежность аудитории, формальность/неформальность ситуации, во многих случаях – статус, возраст собеседников/слушателей, гендерная принадлежность;

4) возможности рассмотрения речевой вежливости, свойственной устной форме делового стиля японского языка, не только в качестве способа избежать угрозы самоуважению говорящего, что присуще западным культурам, но в большей мере как части системы адекватного социального поведения, нормы этикета;

5) влиянии иерархических отношений, а также принадлежности собеседников к определённой группе на выбор вежливых форм и форм обращений в ситуациях делового общения на японском языке, что выражается оппозицией признаков «высший - низший» и «свой - чужой»;

6) в повышении степени вежливости устной деловой речи при использовании максимально формальных обращений, что находит выражение в последовательном употреблении гоноративных и депрециативных форм во время беседы. Данный факт указывает на существование устойчивой взаимосвязи между категориями вежливости и используемыми видами обращений в деловой сфере японского языка.

В Приложении приводятся примеры стенограмм деловых переговоров и делового выступления на японском языке.

Основные положения диссертации изложены в следующих публикациях:

1. Понятие *кэйго* и выражение вежливости в японском языке // Ломоносовские чтения, апрель 2005 г. Востоковедение. Тезисы докладов. М., 2005.

2. Деловой японский язык как особая систематизированная структура //Методические указания по курсу японского языка для студентов специальности «Международные отношения» // Тюменский государственный университет, 2005, 40 с.

3. Речевое выражение почтительности в японском языке // Лингвистика. Лингводидактика. Информатика (Материалы конференции молодых учёных) // Иркутский государственный лингвистический университет, 2005, с.61-62.

4. Речевая вежливость в различных культурах // Азиатско-тихоокеанский регион: диалог языков и культур. Материалы международной конференции, Иркутск, ИГЛУ 2007, с.175-181.

5. Жанр деловой беседы в японском языке // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 18 (44): Аспирантские тетради: Научный журнал. СПб., 2007, с. 223-228.