

## ТИПОЛОГИЯ ЯПОНСКОГО КОММУНИКАТИВНО-ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА Халмурзаева Н.Т. Email: Khalmurzaeva692@scientifictext.ru

*Халмурзаева Надира Ташмурзаевна – доктор философии по филологическим наукам, доцент,  
кафедра японской филологии, факультет японоведения,  
Ташкентский государственный университет востоковедения,  
г. Ташкент, Республика Узбекистан*

**Аннотация:** данная статья посвящена вопросу понятия «Японского коммуникативно-делового этикета» в рамках коммуникативного поведения японцев. В статье проводится анализ структуры «Японского коммуникативно-делового этикета» и предлагается типология данного явления в поведенческом аспекте. Автор делает попытку раскрыть основные особенности японского коммуникативно-делового этикета, которые заключаются в глубоком культурном характере, строгом следовании японским традициям и ценностям, а также в проявлении определенной степени вежливости. Целью является достижение и сохранение очень важной для японцев гармонии, а также достижение коммуникативного успеха.

**Ключевые слова:** речевой этикет, японский коммуникативно-деловой этикет, вежливость, коммуникация, компоненты этикета.

## TYPOLOGY OF JAPANESE COMMUNICATIVE BUSINESS ETIQUETTE Khalmurzaeva N.T.

*Khalmurzaeva Nadira Tashmurzaevna - PhD in Philology, Associate Professor,  
DEPARTMENT OF JAPANESE PHILOLOGY, FACULTY OF JAPANESE STUDIES,  
TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ORIENTAL STUDIES, TASHKENT, REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

**Abstract:** this article is devoted to the issue of the concept of "Japanese communicative and business etiquette" in the framework of communicative behavior of the Japanese. The article analyzes the structure of "Japanese communication and business etiquette" and offers a typology of this phenomenon in a behavioral aspect. The author makes an attempt to reveal the main features of Japanese business communication etiquette, which consist in a deep cultural character, strict adherence to Japanese traditions and values, as well as in the manifestation of a certain degree of politeness. The goal is to achieve and maintain harmony, which is very important for the Japanese, as well as to achieve communicative success.

**Keywords:** speech etiquette, Japanese business communication etiquette, politeness, communication, components of etiquette.

Этикет это правила и нормы поведения, правила проведения мероприятий, принятые взаимоотношения в определенной социальной группе или в обществе.

Речевой этикет проявляется в социальном общении, мышлении, беседе, монологе и диалогической речи, культурно-просветительской деятельности, а также в морально-правовых отношениях и психоэмоциональном коммуникационном поведении. Речевой этикет задает в некоторых ситуациях общения обязательные стереотипы поведения, а «любые виды «этикетного» общения формируются и используются фактически для сокрытия или выключения из сферы общения собственно личностных отношений, установок, чувств» [2, с.250]. Н.И. Формановская среди специализированных функций речевого этикета выделяет подфункцию вежливости [3, с. 14], показывая возможность совпадения вежливых и этикетных действий в языке. На наш взгляд, данная точка зрения является наиболее обоснованной. В настоящей работе будем рассматривать единицы этикета как ядро структуры коммуникативной категории вежливости, одно из важнейших средств её реализации. Речевой этикет в единении с вежливостью обеспечивает неконфликтные зоны общения. Особенно важно это в официальной речевой ситуации. Мера хорошего отношения в деловой обстановке - вежливость, и здесь речевой этикет незаменим. Даже в Авесто упоминается, что уважительное и вежливое отношение к старшим или пожилым людям является вековой традицией и речевым этикетом [4, с. 27-28].

Мы разделяем мнение тех учёных, которые считают, что вежливость шире этикета (Т.В. Ларина, Е.А. Земская, И.В. Соловьёва, Ш.С. Сафаров и др.): «Этикет - это внешнее проявление вежливости. Содержание вежливости гораздо шире». Действительно, единицы речевого этикета могут отражать модели речевого поведения, которые характерны для вежливого человека, поэтому неисполнение правил речевого этикета расценивается как проявление невежливости [5, с. 33].

У японцев под коммуникативным этикетом подразумеваются все виды общения (коммуникации) людей, которые происходят на конкретном рабочем месте. Даже личностные отношения, если они имеют место на рабочем месте, должны лингвистически оформляться по правилам коммуникативного этикета.

Рабочее место японца диктует выбор стиля общения (выражения вежливости), какой бы тематики (деловой, или не деловой) он ни касался. Т.е. коммуникация двух сторон, каких бы возможных тем она ни касалась, если она происходит на рабочем месте, должна оформляться на основе требований и правил коммуникативной категории вежливости в деловой сфере. В этом заключается еще одна специфика японского языка.

Исходя из этого, целесообразно предложить следующую типологию этикета в деловом дискурсе, «Японский коммуникативно-деловой этикет» включает определение понятия японского коммуникативного этикета в структуре коммуникативного поведения японцев, анализ его структуры и разработку типологии данного явления.

Исследование японского коммуникативно-делового этикета в рамках коммуникативного поведения способствует выявлению национально-культурных особенностей конвенционального общения японцев.

Рассматривая вопрос о соотношении коммуникативного поведения и коммуникативного этикета, мы пришли к выводу, что данные явления в конвенциональном общении взаимосвязаны друг с другом как общее и частное. Коммуникативное поведение – более широкое понятие, чем коммуникативный этикет. Оно включает в свою структуру этикет как составляющую, связанную с устойчивыми, стереотипными речевыми формулами, используемыми в стандартных этикетных ситуациях общения, и регламентирующую основные способы как вербального, так и невербального взаимодействия коммуникантов. В связи с этим японский коммуникативно-деловой этикет выступает как нормативная рамка коммуникативного поведения, предписывающая общепринятые нормы и правила конвенционального общения японцев. Это совокупность стандартизованных норм и правил коммуникативного поведения, регламентирующих коммуникативные взаимодействия участников общения в деловой сфере в соответствии с речевыми стратегиями вежливости.

Японский коммуникативно-деловой этикет следует рассматривать как одну из традиционных форм существования национальной культуры. Данный элемент культуры представляет собой многоаспектное явление, включающее такие основные компоненты, как:

- 1) служебный этикет, регламентирующий социально предписанную форму этикетного поведения,
- 2) этикет деловых встреч,
- 3) сервисный этикет,
- 4) телефонный этикет,
- 5) этикет деловой переписки,
- 6) невербальный этикет.

Если первый компонент японского коммуникативно-делового этикета – *служебный этикет* – связан с общепринятыми нормами и правилами поведения японца в обществе, или с так называемыми правилами хорошего тона, отражающими вежливое отношение на рабочем месте. Второй компонент – *этикет деловых встреч* – регламентирует принятые в японском обществе требования общения и поведения по отношению к внешнему партнеру в тех или иных деловых встречах.

*Сервисный этикет*, являясь третьим компонентом, диктует поведение работников сервиса и регулирует их отношения с потребителями. Сервисный этикет требует освоения правил отношения (общения) с клиентами, способствует облегчению процесса обслуживания. Такой подход делает процесс, с одной стороны, приятным для обеих сторон, с другой – эффективным. Японский коммуникативно-деловой этикет образует совокупность устойчивых клишированных фраз (речевых стереотипов) и невербальных средств, используемых в этикетных ситуациях общения. Например, приветствия, прощания, обращения, благодарности, пожелания, поздравления, извинения и т.д.

Четвертый компонент — это телефонный этикет, правила которого следует соблюдать в ситуациях, регламентированных повседневным, деловым, дипломатическим этикетом и т.д. Пятый компонент — это этикет электронных средств связи, правила, которого должны учитывать при деловой переписке и т.д.

В свою очередь, *невербальная форма японского коммуникативно-делового этикета* определяет способы невербального взаимодействия в рамках нормативного коммуникативного поведения. В невербальные формы этикета входят такие компоненты как этикет подачи визиток, этикет поклонов, этикет дистанции, этикет внешнего вида.

Вышеперечисленные компоненты японского коммуникативно-делового этикета отражают предписанные нормы и правила коммуникативного взаимодействия общающихся, при соблюдении которых реализуется нормативное коммуникативное поведение в отличие от ненормативного поведения, характеризующегося нарушением установленных норм и правил этикетного взаимодействия.

Основу японского коммуникативно-делового этикета составляет его вербальная составляющая – речевой этикет, эксплицирующий коммуникативную категорию вежливости. Речевой этикет реализуется в типичных ситуациях непосредственного общения в виде стереотипных, устойчивых формул. Главной особенностью этикетных единиц является их привязанность к шаблонным ситуациям общения, таким как приветствие, прощание, благодарность, извинение, поздравление, просьба, совет и т.д., поэтому данные единицы языка представляют собой речевые стереотипы. Благодаря их использованию

достигается экономия языковых средств, упрощается процесс коммуникации, тем самым облегчается понимание между участниками диалога. Употребление единиц речевого этикета направлено на реализацию эмоционального запаса вежливости.

Наряду с такими особенными качествами как вера, честность, щедрость, честность, доброта, скромность присущи и нашему, и японскому народу. Однако, существуют чисто узбекские или чисто японские чувства уважения и правила этикета, которые являются одной из основных норм японского и узбекского коммуникативного поведения. В связи с этим требует особого внимания понятия уважения и степень уважения, в которых особо проявляется японский коммуникативно-деловой этикет. Что касается важности японского делового этикета, Тиэда упомянул, что касаясь «на невидимые стороны человеческого сознания, эмоции и мысли, необходимо строить взаимные отношения с помощью «добровольного приветствия» и стремиться чтобы сотрудники работали все вместе с подходящими манерами и поведением для бизнеса, а также четко излагали свои мысли с правильной формулировкой речи и завоёвывали доверие в бизнесе» [6, с. 91-102]. Японский коммуникативно-деловой этикет в зависимости от формы коммуникации, характера общения, сферы применения и степени ритуализации может быть типизирован следующим образом (пунктирными линиями обозначены явные связи между теми или иными типами):

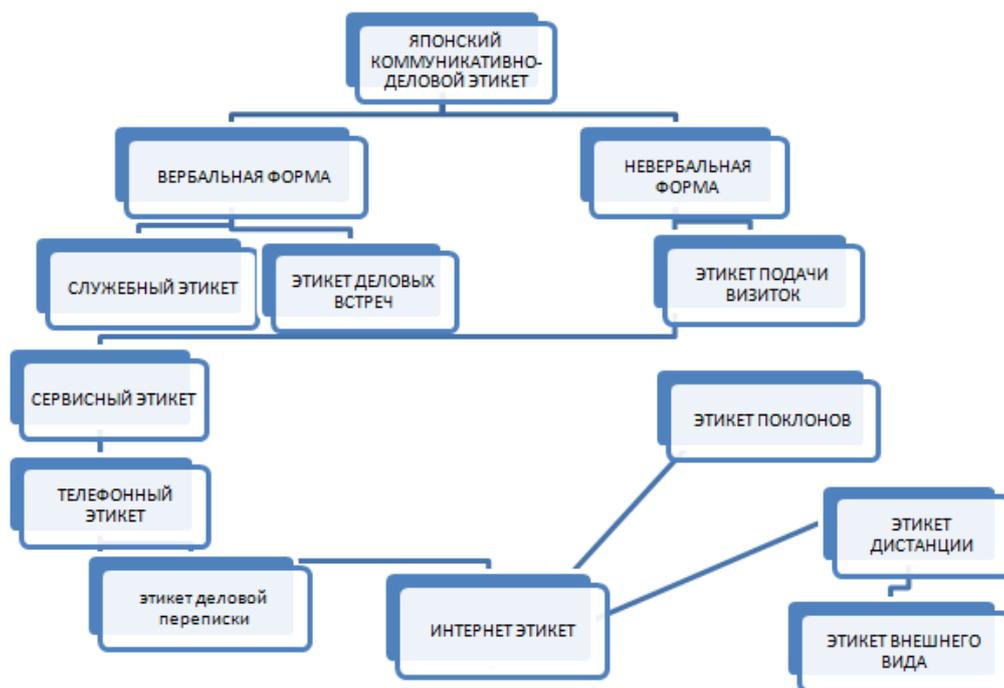


Рис. 1. Схема. Типология японского коммуникативно-делового этикета

Данная типология представляется условной и не исчерпывает всех типов японского коммуникативно-делового этикета и их разновидностей. Она нуждается в дальнейшей доработке и обосновании. Со временем коммуникативный этикет может пополняться новыми правилами в связи с усовершенствованием форм взаимодействия общающихся. В результате будут оформляться новые типы коммуникативного этикета, закрепляющие и регламентирующие новые способы коммуникативного поведения.

Особенностью выделенных типов коммуникативного этикета является их взаимосвязанный и взаимообуславливающий характер. В реальной речевой коммуникации прослеживается взаимное проникновение различных этикетных типов.

В свете деловой культуры актуализируются национальные особенности японского коммуникативно-делового этикета, поэтому особенно важным представляется обучение и в дальнейшем адекватное следование правилам тех или иных типов коммуникативного этикета. Только в этом случае возможно эффективное и гармоничное взаимодействие коммуникантов как внутри родного социума, так и с представителями иной лингвокультурной общности.

Мы делаем вывод о том, что японский коммуникативно-деловой этикет носит культурный характер, базируется на основании национальной культуры.

Основу японского коммуникативно-делового этикета составляет его вербальная форма, которая реализуется в служебных ситуациях и ситуациях обслуживания, а также в ситуациях деловых встреч в виде стереотипных, устойчивых формул категории вежливости. Невербальная форма японского

коммуникативно-делового этикета определяет способы невербального взаимодействия в рамках нормативного коммуникативного поведения, и составляют такие компоненты как этикет подачи визиток, этикет поклонов, этикет дистанции, этикет внешнего вида.

#### *Список литературы / References*

1. *Халмурзаева Н.Т.* Проблема определения категории вежливости в японской лингвистике // *International scientific review*, 2016. № 18 (28). С. 83-84.
2. *Бобнева М.И.* Психологические проблемы социального развития. М., 1981. 250 с.
3. *Формановская Н.И.* Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. 2-е изд., перераб. и доп. М: Издательство «Русский язык», 1987.С.-14.
4. *Ҳомидов Х.* “Авесто” файзлари. Тошкент: Халқ мероси, 2001. Б. 27-28.
5. *Соловьев Э.Я.* Современный этикет и деловой протокол. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Ось-89, 2001. С. 33.
6. *千代田真紀*「コミュニケーションとマナーに関する考察」2013. P. 91-102.