

大和 – やまと – yamato – Ямато (укр. Ямато) – давня назва Японії.

Таким чином, слід зазначити, що один і той самий географічний об'єкт може мати дві назви, японську й російську, які можуть функціонувати паралельно, наприклад, рівнина Канто або Токійська рівнина, протока Цугару або Сангарська протока, гора Фудзі або Фудзісан, Фудзіяма.

Аналіз зібраного матеріалу показав, що один і той самий топонім може бути назвою фірми й водночас викорис-

товуватися для назви корабля – Мацусіма; назвою храму, національного парку і водночас назвою міста – Нікко.; назвою корабля й водночас топонімом – Фудзі.

1. Географический энциклопедический словарь: Географические названия / Гл. ред. А.Ф. Трёшников. – М.: Сов. Энциклопедия, 1983;
2. Суперанская А.В. Теоретические основы практической транскрипции. – М., 1978; 3. Никонов В.А. Русская адаптация иноязычных личных имён // Ономастика. – М., 1969.

Надійшла до редколегії 23.09.10

О. Озерська, канд. філол. наук, доц.

ЕТИКЕТНІ ПРАВИЛА У ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ ЯПОНЦІВ

У статті розкрито історичні корені і особливості сучасної ділової етики японців, зокрема, привітання, знайомства з потенційними партнерами і проведення з ними перемовин. Розглянуто форми, зміст та основні правила привітань, застосування у конкретних ситуаціях певних мовних виразів і уклонів; підкреслено вплив культури привітань на діловий імідж людини.

В статті раскрыты исторические корни и особенности современной деловой этики японцев, в частности, приветствия, знакомства с потенциальными партнёрами и проведение с ними переговоров. Рассмотрены формы, содержание и основные правила приветствий, применение в конкретных ситуациях определённых языковых выражений и поклонов; подчёркнуто влияние культуры приветствий на деловой имидж человека.

The article deals with historical roots and peculiarities of modern business etiquette in Japan, such as greetings, acquaintance with partners and negotiating with them. Some forms, content and basic rules of greetings, use of language expressions and bows in definite situations are observed; influence of greetings on business image of a person is emphasized.

Сучасна ділова етика японських бізнесменів суттєво відрізняється від правил та норм поведінки представників ділового світу Заходу. У процесі ділового спілкування деякі дії японської сторони можуть викликати у іноземця непорозуміння. Наприклад, у бесіді між західно-європейськими або американськими бізнесменами, спостерігаючи за їхньою реакцією, мімікою і жестами, можна досить впевнено зрозуміти їх позицію, передбачити можливий фінал угоди. Представник же Японії може постійно кивати головою протягом перемовин, але це зовсім не означає, що він погоджується із твердженням, а лише свідчить про те, що йому зрозуміло про що йдеться у бесіді.

Ділове спілкування японців має певні історичні корені. Так, у середньовічній Японії, яка, як відомо, була до періоду Мейдзі закритою країною, існували певні правила встановлення торговельних зв'язків з іноземними купцями. Наприклад, іноземний торговець, зацікавлений у ділових зв'язках в Японію, мав бути представлений японському імператору. Процедура представлення була дуже принизливою, і тому не всі іноземці погоджувались вести справи з японцями. Купець-іноземець мав повзти на колінах від приймальної зали до місця, відведеного для зустрічі з імператором, а після прийому таким же чином, задкуючи як рак, покинути приміщення і непомітно зникнути за дверима [1, с.27].

Звісно ж сучасний світ японського бізнесу відрізняється від середньовічного. Напевно сучасні японські ділові партнери володіють основами західного ділового спілкування і роблять все можливе, щоб пристосуватися до стилю спілкування своїх партнерів. Але ж знання японського ділового етикету, дотримання певних правил поведінки безумовно сприяють подоланню неминучих непорозумінь між партнерами, підвищенню ефективності їх спілкування під час угод.

Привітання – важлива складова спілкування людей, оскільки воно формує враження про ділового партнера, особливо у випадку, коли той вітається відповідно до етикету. Знання японських правил привітання безпосередньо впливає на відносини ділових партнерів. Форма вітання японців є значущою для визначення подальших стосунків з людиною. Раніше вважалось, що першим має привітатися людина нижчого соціального статусу, але з часом важливою вимогою спілкування партнерів стало дотримання одночасного привітання співрозмовників.

Традиційною формою привітання в Японії є уклін, причому, чим він нижчий, тим вищий ступінь поваги до співрозмовника. Інколи під час контакту з іноземними колегами японці використовують потискування рук, але ж зовсім недоречними є ляпання по плечах або широкі обійми, характерні у певних ситуаціях для західного світу. Зокрема, японці розрізняють три види уклонів, кожен з яких застосовується у певній ситуації. Уклін під кутом 15° – 軽いお辞儀 会釈 (легкий уклін) – застосовується у разі випадкового зіткнення з діловим партнером, наприклад, при вході або виході з приміщення. Другий вид уклонів – під кутом 30° – 一般なお辞儀 敬礼 (загальний ввічливий уклін) застосовується при вході й виході з офісу, під час зустрічі і проводжання клієнтів або під час візиту до місця угоди. Третій вид уклонів – під кутом 45° – 丁寧なお辞儀 最敬礼 (дуже ввічливий етикетний уклін) використовують у ході певних церемоній або у випадку висловлення прохання або вибачення [5, с.64]. У вітаннях з японцями важливо не тільки правильне застосування привітань, а й розуміння доречності їх використання у кожній конкретній ситуації. Привітання お早うございます (Доброго ранку) працівник застосовує, коли приходить на роботу вранці, промовляючи його чітко і з посмішкою, впливаючи в першу чергу на піднесення власного настрою. Під час випадкової зустрічі у приміщенні компанії застосовують форму вітання お疲れ様です (Добре працюєте) [5, с.65].

Відповідно до загальних правил спілкування до 11-ї години ранку вітаються お早うございます (Доброго ранку), а після – お疲れ様です (Добре працюєте); виходячи з будинку фірми використовують вислів 行ってまいります (Скоро прийду). Цієї фрази дотримуються, повідомляючи й місце відрядження та час повернення до фірми. У відповідь вживають фразу побажання успіху та хорошого настрою у місці відрядження 行ってらっしゃい(ませ) (Щасливо, повертайтеся). Повертаючись на робоче місце обов'язково необхідно привітати інших співробітників. Непомітне повернення на робоче місце без привітання розцінюється як неввічливе. У таких випадках застосовують вислів ただいま参りました (Я вже прийшов), який є певною формою звіту про повернення. У відповідь вживається фраза お帰りなさい (З поверненням) або お疲れ様でした (Добре попрацювали). Треба зазначити, що вислів ご苦労様 (Дякую за вашу працю) вживається

до людей, які є нижчими за статусом у компанії, і його застосування до людей рівного або вищого статусу є неприпустимим [5, с.65].

Якщо співробітник залишає робоче місце раніше за інших, то він чітко проголошує фразу *お先に失礼します* (Вибачте, що йду першим). У відповідь колеги відповідають *お疲れ様でした* (Добре попрацювали), *明日もよろしく願います* (Сподіваємось на вашу допомогу і завтра) або вислів *ありがとうございます* (Дякуємо за сьогоднішню працю).

У японському діловому етикеті розрізняють "чотири принципи привітань" (挨拶四原則), які відповідають кожній літері слова "привітання" (あいさつ). Перший принцип відповідає *あ*, першій літері слова *あいさつ* (привітання), і означає "бути привітним з оточуючими" (明るく – привітно). Другий принцип і літера *い* (いつでも – завжди) означає дотримання постійної ввічливої форми привітань до усіх членів колективу незалежно від їх статусу чи власного настрою. Третій принцип і літера *さ* (先に – бути першим) означає, що треба намагатись привітати співрозмовника першим, коли він тільки з'являється у полі зору. Четвертий принцип і літера *つ* (続けて – продовжити) означає необхідність вживання після привітання певної фрази-приводу для подальшої розмови [4, с.19].

Не дивлячись на те, що вітання є звичною, буденною частиною етикету, його слід здійснювати правильно. Японці вкрай негативно розцінюють відсутність вітання або привітання поспіхом, коли людина не відволікається від своєї роботи, або проявляє різний ступінь уваги у привітанні своїх колег. Наприклад, до деякого вживається недбале *おはよう* (Доброго...), а до іншого – чемне *おはようございます* (Доброго ранку) [4, с.18].

Привітання формує імідж людини, тому його виголошення має певні особистісні ознаки. Наприклад, за допомогою привітання можна справити враження раціональної та спокійної, або легкої та доброзичливої у спілкуванні людини. При цьому спрацює навіть тональність голосу, яка часто впливає на імідж співрозмовника.

Таким чином, у діловому спілкуванні з японцями слід дотримуватись таких головних правил етикету: 1) вітатись необхідно привітно з усіма колегами, незалежно від рангу; 2) залишаючи офіс, слід вживати слова *行って参ります* (Скоро прийду) і повідомляти про своє місце пересування, а повертаючись говорити *ただいま戻りました* (Я повернувся) і отримувати від оточуючих відповідь *お帰りなさい* (З поверненням); 3) Залишаючи робоче місце раніше за інших, вживається вислів *お先に失礼します* (Вибачте, що йду першим), у відповідь очікується *お疲れ様でした* (Добре попрацювали). Вислів *ご苦労様でした* (Дякую за вашу працю) вживається, коли старший за соціальним статусом звертається до молодшого; у протилежному випадку цей вираз буде виявом неповаги до начальника; 4) З'являючись у приміщенні фірми, необхідно говорити *失礼いたします* (Вибачте за турботу). Якщо ж у цей час відбуваються перемовини, то слід додати *お話中、失礼いたします* (Вибачте, що перериваю); 5) Клієнтів з привітною посмішкою запрошують висловом *いらっしやいませ* (Ласкаво просимо). Привітання обов'язково супроводжується вставанням; 6) До привітання додається ім'я співрозмовника або якась певна фраза. Наприклад, *田中さん、おはようございます* (Доброго ранку, пане Танака), або *お帰りなさい、大変でしたね*. (З поверненням. Мабуть було важко.). У подібних висловах можуть бути співчуття, підтримка, готовність допомогти тощо [4, с.18].

Японці вважають, що передумовою ефективних ділових стосунків є не тільки вживання певних сталих конструкцій японського етикету, а також вияв добросердечності й поваги до співрозмовника.

Обов'язковим засобом знайомства з потенційним партнером є особиста зустріч із представником компанії у поєднанні з офіційним зверненням про пропозицію співпраці. Як правило, такі зустрічі відбуваються за допомогою посередника, який відомий обома сторонам. Потенційний японський партнер, до якого звертаються за рекомендацією посередника, вважає "обов'язком" (義理) допомогти партнеру, за якого поручається. Причому ступінь почуття обов'язку залежить від посередника. Згідно з цим обов'язком і посередник очікує певної послуги або матеріальної винагороди за свою роботу [3, с.43].

Будь-яке знайомство з представниками японського бізнесу починається з обов'язкового обміну візитними картками. Для японців це певна церемонія. Вважається, що візитка представляє людину, тому треба ставитись до неї з повагою. Візитну картку передають повільно і одночасно очікують її отримання від партнера, причому картку передають правою рукою або обома руками так, щоб людина могла, не перевертаючи картку, прочитати зміст. Отримують візитку завжди обома руками – це є проявом ввічливості. Не можна класти свою картку на стіл, а також швидко ховати, не читаючи отриману візитку. Етикет ввічливості вимагає повільного ознайомлення зі змістом візитки ділового партнера. Для будь-якого японця фірма, в якій він працює, є його другою родиною, тому він при будь-якому знайомстві повідомляє не тільки своє ім'я, але і компанію, до якої належить [2, с.32].

Велике значення у діловому етикеті японців має пунктуальність. Зазвичай японці приходять на зустріч навіть раніше зазначеного часу. Звичайно, у будь-якій культурі запізнення оцінюється негативно, але в Японії його розцінюють як очевидну неповагу до партнера [1, с.29].

Як відомо, у цій країні дуже велике значення мають подарунки, які є частиною певної церемонії навіть у діловому спілкуванні. Недотримання правил цієї церемонії сприймається як відсутність вихованості і неповага.

У ділових перемовинах японці намагаються зберегти гармонію спілкування, не дивлячись на гостроту теми, яка обговорюється. Японці уникають прямих і гострих висловлювань для того, щоб нікого не образити. У перемовинах вони не торкаються політичних, національних і особистих тем. Національною рисою японців є скритність, тому вони завжди передають мінімум інформації, оскільки вважають, що співрозмовник здогадається про все, що замовчується. У них є така приказка: "Сказав одне, зрозумів десять", яка означає, що співрозмовник має вгадати ще дев'ять пунктів, окрім одного сказаного. Як правило, серйозні рішення не приймаються безпосередньо під час ділової зустрічі, а обговорюються лише умови й деталі або підтверджуються раніше прийняті рішення. Позитивними рисами ділового партнера японці вважають врівноваженість, здатність до компромісу, відвертість і дотримання спокою. Осіб екстравертів розцінюють як зарозумілих і зухвалих людей. Забороняється квапити співрозмовника з відповіддю, категорично не погоджуватись з думкою партнера. Мовчання вважається позитивною рисою. Під час перемовин японці можуть раптово замовкнути, обмірковуючи отриману інформацію. Іноді при цьому вони можуть навіть прикрити очі. Перериває мовчання завжди вищий за рангом співрозмовник [3, с.42].

При проведенні перемовин з японськими діловими партнерами іноземці мають враховувати специфіку японської мови як засобу спілкування і форми відображення їх свідомості. Це, наприклад, розповсюджується на такі прості форми висловлювань як вираз погодження й заперечення. Японське "はい" ("так") означає не стільки погодження зі словами співрозмовника, скільки те, що інформація лише сприйнята адекватно і японець готовий слухати далі. Національною особливістю характеру японців при діловому спілкуванні є запобігання прямої відмови від прохання або пропозиції. У таких

випадках японці ніколи не кажуть безапеляційне "ні". Замість цього використовуються інакомовні висловлювання, такі як "це дуже складно", "треба все ретельно вивчити" тощо. Метою цих висловлювань є не бажання збити партнера з пантелику, а лише намагання зберегти, щонайменш, ілюзію гармонії і доброзичливості. Згідно із психологією японського ділового етикету, категорична відмова може принизити людину, а збереження коректних і доброзичливих взаємин завжди вважається проявом високого рівня вихованості [1, с.32].

Однією з головних цілей перемовин японці вважають встановлення особистого контакту з партнером. Тому вони можуть ставити багато запитань, які безпосередньо не пов'язані зі змістом справи. У японців виявлена наступна ієрархія тематичного спілкування: життєвські інтереси, проблеми політики, фінансові клопоти, особисті фактори, питання фізичного стану людини. У процесі спілкування вони віддають перевагу таким темам, як особисті смаки, телевізійні програми, книги, робота, політика. Формування довіри йде саме у цій послідовності. Тому перестрибування через загальні питання і спроба одразу ж розпочати розмову про проблеми особистого характеру викликає у них негативну реакцію [3, с.47].

Японський діловий етикет передбачає дотримання багатьох умовностей, що дуже часто ставить іноземців у складне становище, і тому їм у таких ситуаціях замість недоречних висловлювань або запитань краще промовчати або доброзичливо посміхнутись.

Таким чином, знання національних особливостей японського ділового етикету сприяє створенню доброзичливої атмосфери, взаєморозуміння і є необхідним підґрунтям для успішного бізнесу. Крім того, тон ділового спілкування є ознакою не тільки стосунків у сфері бізнесу, а також може вживатися у сфері освіти, надання і отримання послуг, у ситуаціях першого знайомства, у взаєминах між людьми вищого соціального статусу або старших за віком. Знання основ ділового етикету може сприяти ефективності й підвищенню рівня міжкультурної комунікації її учасників.

1. Овчинников В.В. Ветка сакуры. Рассказ о том, что за люди японцы.- М. 1988. 2. Mizutani Osamu, Mizutani Nobuko. How to be polite in Japanese.- Tokyo, 1987. 3. Soward J. Japanese in action: an unorthodox approach to the spoken language and the people who speak it. - Tokyo, 1984. 4. 田淵真知子 話し方・言葉遣いのビジネスマナー/ 大嶋 利佳の監修. - 東京, 2008. 5. ビジネス会話マナー/ 寺島 康子の監修. - 東京, 2010.

Надійшла до редколегії 24.09.10

Ю. Ониси, асп.

МОТИВАЦІЯ ПРИ ОБУЧЕННІ ЯПОНСЬКОМУ МОВИ В УКРАЇНСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТАХ І СТРЕМЛЕННЯ УЧАЩИХСЯ ПРОДОЛЖАТЬ ОБУЧЕНИЕ

Ця стаття висвітлює проблеми мотивації у вивченні японської мови українськими студентами. Попри те, що Україна має дуже малий обсяг культурного та економічного обміну з Японією, японська мова є вельми популярною як спеціальність у ВНЗ. Вважається, що мотивація (бажання вивчати) істотно визначає успішність оволодіння іноземною мовою. Мотивація може бути визначена у соціальному контексті. Ті, хто вивчає японську мову в Україні, мають доволі високі цілі (стажування в Японії або робота в японській компанії) на початку навчання, проте чимало хто з них неспроможний підтримувати таку мотивацію до закінчення навчального закладу. За таких умов, студенти з високою мотивацією, здебільшого, мають кілька мотиваційних чинників. Якщо спроможтись виявити джерело мотивації та переконатися в тому, що воно дійсно допомагає підтримувати й підвищувати мотиваційний рівень тих, хто вивчає японську мову в університетах, це могло б стати цінним джерелом інформації при розробці ефективного програми заохочення студентів в аудиторії.

Эта статья освещает проблемы мотивации при изучении японского языка украинскими студентами. Вопреки тому, что Украина имеет очень малый объем культурного и экономического обмена с Японией, японский язык является довольно популярным в качестве специальности в ВУЗах. Считается, что мотивация (желание изучать) существенно определяет успешность овладения иностранным языком. Мотивация может быть определена в социальном контексте. Изучающие японский язык в Украине имеют довольно высокие цели (стажировка в Японии или работа в японской компании) в начале обучения, однако многие из них не в состоянии поддерживать такую мотивацию до окончания учебного заведения. В таких условиях, студенты с высокой мотивацией, в основном, имеют несколько мотивационных факторов. Если удастся выявить источник мотивации и убедиться в том, что он действительно помогает поддерживать и повышать мотивационный уровень изучающих японский язык в университетах, это могло бы стать ценным источником информации при разработке эффективной программы для того, чтобы заинтересовать студентов в аудитории.

This study aims to reveal the motivation of Japanese language students in Ukraine. Although Ukraine is an environment that has very little cultural or economic exchange with Japan, Japanese language is quite popular as a college major. Motivation (i.e. will) to learn is considered to significantly affect the success or failure of L2 learning. Motivation will be shaped by the influence of social context. Learners of Japanese in Ukraine have notably high goals (for example, to study in Japan or to find employment with Japanese companies) at the beginning of their studies, but many of them are unable to maintain this motivation until their graduation. Under these conditions, highly motivated learners can be considered to have various motivations. If it is possible to reveal the source of the motivations and persevere that serve to maintain or enhance motivation among Japanese learners at universities, it may be proved to be a valuable source of information in terms of implementing instructional guidance that effectively motivates learners in the classroom.

Вступлення

Україна, являючись об'єктом даного дослідження, вважається регіоном, який недостатньо активно співпрацює з Японією в гуманітарній і економічній сферах. Во многих випадках мотивація у вивчаючих японський мову студентів вищих навчальних закладів (ВУЗів) знижується к закінченню навчання, існує проблема студентів, які не можуть підтримувати своє прагнення навчатися. В процесі навчання мотивація змінюється під впливом таких факторів, як навчальні умовності і інше; мотивація також пов'язана з кінцевим результатом навчання (період часу і ступінь досягнення цілі). В Україні на момент вступлення в ВУЗ всі ставлять перед собою такі високі цілі, як стажировка в Японії, тру-

доустройство по специальности и так далее, однако, есть много студентов, которые отказываются серьезно заниматься еще до того, как оканчивают последний курс. В данной ситуации важным является вопрос о том, какова мотивация в изучении японского языка у тех студентов, которые обладают сильным стремлением к продолжению обучения. Мы считаем, что, выяснив мотивацию студентов с сильным стремлением к продолжению обучения, можно получить ориентиры повышения такого стремления и для других студентов.

Для этого в рамках данного исследования мы провели анкетирование среди студентов украинских ВУЗов, специализацией которых является японский язык, относительно их мотивации и стремления продолжать обучение и на основе факторного анализа выявили структу-