

Н. М. Свинина

ЖАНР ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ В ЯПОНСКОМ ЯЗЫКЕ

*Работа представлена кафедрой японской филологии Института стран Азии и Африки при МГУ.
Научный руководитель – доктор культурологии, профессор Е. В. Маевский*

Статья посвящена рассмотрению жанра деловой беседы на японском языке и установлению специфических характеристик, свойственных данному речевому жанру. В статье рассматривается само понятие жанра и перечисляются основные речевые жанры, свойственные устному деловому общению на японском языке.

The article is devoted to examination of business conversation in Japanese language and determination of the specifics of its genres. Attention is paid to the notion of genre and to the classification of genres, peculiar to business conversations in Japanese.

Для всех современных литературных языков выделяются так называемые функциональные стили – разновидности литературного языка, в которых язык выступает в той или иной социально значимой сфере общественной речевой практики и особенности которых обусловлены особенностями общения в данной сфере¹. За каждой из сфер общественной жизни закреплен свой функциональный стиль, имеющий ряд отличительных черт на всех языковых уровнях – лексическом, грамматическом, синтаксическом и пр.

Одним из таких функциональных стилей является официально-деловой стиль языка, который закреплен за сферой социально-правовых отношений, реализующихся в законотворчестве, экономике, управлении и дипломатической деятельности. К периферии делового стиля относят информативную рекламу, патентный подстиль и обиходно-деловую речь.

Большинство исследований, посвященных деловому стилю языка, рассматривают книжный, письменный его вариант, характеризующийся такими критериями, как «относительная устойчивость; предельная точность изложения; полнота информации и краткость изложения; особая официальность; сведение до минимума личного момента; использование логических, а не эмоционально-экспрессивных средств оценки ситуации и фактов; тематическая однородность и логическая связанность информации; четкость структуры композиции и т. д.»².

Однако не менее важной составляющей делового стиля является его устный вариант, функционирующий в пределах этикетных норм делового общения. В зависимости от коммуникативной ситуации для устного делового общения характерны в основном те же параметры, что и для письменной корреспонденции и деловой документации, а именно: достоверность, объективность и нейтральность тона изложения; точность изложения, которая исключала бы разное толкование; полнота информации и краткость изложения; особая офици-

альность; сведение до минимума личного момента; использование логических, а не эмоционально-экспрессивных средств оценки ситуаций и фактов; тематическая однородность и логическая связанность информации; четкость структуры и композиции (как формальной, так и логической).

Понятие речевого жанра. Само слово *жанр* произошло от латинского *genus, generis*, что означает «вид», «тип», «разновидность». Жанр может определять литературную форму или тип, по которым классифицируются письменные работы и устные речевые акты в соответствии со своим предназначением, общностью и набором формальных структур.

По определению Тайлера³, жанры – это категории речевых актов, которые имеют название (стихотворение, миф, молитва, загадка и пр.) и обладают формальными коммуникативными характеристиками, отличающими их от других речевых действий. Жанр не является речевым актом, в то время как речевой акт может относиться к одному или нескольким жанрам.

М. М. Бахтин выделяет первичные (простые) и вторичные (сложные) речевые жанры. К вторичным речевым жанрам он относит романы, драмы, научные исследования всякого рода, большие публицистические работы и т. д., появляющиеся в условиях более сложного, относительно высокоразвитого и организованного культурного общения, преимущественно письменного: художественного, научного, общественно-политического и т. п. В процессе своего формирования вторичные жанры вбирают в себя и перерабатывают первичные (простые) жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения.

М. М. Бахтин стал основоположником исследований в области рассмотрения речевых жанров, дальнейшее их изучение проводилось как зарубежными, так и отечественными лингвистами, такими как Е. А. Земская, Т. В. Шмелева, Н. Д. Арутюнова.

Т. В. Шмелева выделяет четыре класса речевых жанров:

1) информативные;

2) оценочные;

3) перформативные или этикетные (формируют события социальной действительности: поздравления, приветствия и т. д.);

4) императивные («содействуют» осуществлению событий с разной степенью императивности: просьба, совет, требование и т. д.)⁴.

Суммируя наблюдения, представляется логичным допустить существование в деловой сфере общения своих определенных речевых жанров, которые, в свою очередь, можно разделить на письменные и устные.

Устные речевые жанры делового стиля японского языка. Человек обычно не изобретает речевые жанры самостоятельно, а, наоборот, изучает и запоминает коммуникативные привычки и обычаи определенной группы, созданные ею, как только попадает в нее. В основном такие обычаи и традиции на порядок важнее отдельной личности и обусловлены необходимостью «выживания», продолжения активной успешной деятельности самой группы в целом.

Существование речевых жанров характерно для любого языка и для любой сферы человеческой деятельности. Японский язык, длительное время формировавшийся под влиянием специфической культуры и свойственных ей строгих этикетных норм, богат уникальными особенностями (категории вежливости, формы обращения и т. д.), в полной мере проявляющимися в деловом общении. Категории вежливости и формы обращения представляются особо значимыми для сферы делового стиля японского языка, которая предполагает деление на социальные ранги, принадлежность к группе и возрастные показатели, что, в свою очередь, оказывает влияние на существующие в данной сфере общения речевые жанры.

В данной работе мы будем опираться на классификацию Т. В. Шмелевой, которая, как было отмечено выше, выделяет четыре

класса речевых жанров: информативные, оценочные, перформативные или этикетные (формируют события социальной действительности: поздравления, приветствия и т. д.) и императивные («содействуют» осуществлению событий с разной степенью императивности: просьба, совет, требование и т. д.). Данная типология объединяет в себе большое количество речевых жанров и достаточно четко их классифицирует.

Итак, к классу информативных речевых жанров мы отнесем: деловую беседу *бидзинэсу тайва*, деловое выступление *бидзинэсу сунити*, телефонные беседы *дэнва но кайва* и т. д.

К классу оценочных речевых жанров можно отнести похвалу *сёсан* и одобрение *кэссай*, критику *хихан*, осуждение *хинан*, характеристики (*сэйкаку*) *бёся* и т. д.

Перформативные, этикетные речевые жанры включают в себя приветствия и прощания *айсацу*, поздравления *сюкуга*, представление *сёкай*, благодарность *канся* и т. д.

К классу императивных речевых жанров относятся просьбы *онэгай*, советы *тюкоку*, требования *ёкю*, рекомендации *суйсэн*, *суйсё*, обещания *якусоку*, указы *хо:рэй*, распоряжения *мэйрэй* и т. д.

Жанровый подход очень продуктивен в описании устной формы делового общения, однако характеризуется некоторой размытостью границ отдельных жанров. Одним из значимых и ведущих жанров указанного общения принято считать деловую беседу – *бидзинэсу тайва*, которая в зависимости от доминирующих экстралингвистических факторов может быть представлена в форме более мелких жанров: переговоров *ко:сё*, совещания (заседания) *сюкай (кайги)*, индивидуальной беседы *кодзин данва*, сообщения *кокути*, дискуссии *то:рон*, планерки *тёкай*, собрания *кай* и т. д. Деловая беседа в различных формах своего проявления является формой реализации мелких, «простых» жанров, таких как обещания *якусоку*, комплименты *сандзи* или *хомэкотоба*, уговаривания *сэттоку*, угро-

зы *одоси* и т. д., и которые могут относиться к другим жанровым классам.

Жанр деловой беседы в японском языке. Представляется целесообразным особо выделить жанр деловой беседы *бидзинэсу тайва* в связи с востребованностью его лингвистического рассмотрения и возрастающим в последнее время интересом к «языку бизнеса» Японии.

Этот речевой жанр, включающий в себя различные формы выражения – более мелкие жанры, такие как переговоры, совещания, дискуссии, полемики, собрания и пр., можно назвать риторическим, руководствуясь определением О. Б. Сиротининой⁵, согласно которому именно риторические жанры являются жанрами не спонтанного, а подготовленного (в целом) речевого общения, причем это те жанры, свободному владению которыми необходимо специально учиться, так как они являются неотъемлемой частью профессиональной компетенции.

Для делового стиля японского языка характерно наличие разнообразных речевых жанров (риторических и нериторических) в совокупности с формами их выражения. Комплексный жанр деловой беседы широко используется в японском деловом сообществе, реализуясь в переговорах, совещаниях, планерках и т. д. Как и в других языках, где жанр деловой беседы формируется в соответствии со специфическими особенностями культуры страны, этот жанр в японском деловом общении подвержен влиянию таких традиционных национальных особенностей японской культуры, как групповой образ жизни (принадлежность к группе), строгая иерархизация общества, уважительное отношение к возрасту, различное положение мужчин и женщин, а также ряду этикетных норм делового общения, принятых в Японии. Этикетными нормами японского делового общения принято считать отсутствие категорического отказа, частое отсутствие письменных форм закрепления сделок, обязательное «развлечение» клиентов, преобладание

значимости процесса работы над результатом, поддержание хороших отношений с коллегами и т. д.⁶

Рассмотрим жанр деловой беседы в японском языке более внимательно. Деловая беседа в японском языке может быть реализована следующими формами, т. е. «простыми» жанрами: *кайги* (заседание, собрание), *ко:сё:*, *сэссё:* (переговоры), *дан-ва* (обсуждение), *дзаданкай* (обсуждение, дискуссия «за круглым столом») и т. д. В любой из перечисленных форм общения будут участвовать еще более мелкие жанры, как, например, *сё:кай* (представление), *айсацу* (приветствие) *кэссай* (одобрение), *канся* (благодарность), *онэгай* (просьба) и т. д. Несомненно, что для вышеперечисленных речевых жанров характерно наличие аудитории и ее настроенности на общение. Поэтому для удобства дальнейшего исследования представляется целесообразным разделить жанр деловой беседы на следующие категории по видам аудитории: 1) встречи, переговоры с представителями внешних организаций – партнерами, клиентами, конкурентами и пр.; 2) «внутренние» встречи, совещания, собрания, проводимые в пределах одной организации, компании. Важность такого разделения ясна при рассмотрении целевой установки каждой категории деловой беседы, поскольку очевидно, что цель беседы, проводимой внутри компании, отличается от цели переговоров, проводимых с компаниями-партнерами, соответственно, изменяются и используемые в деловом общении речевые жанры.

Для определения специфики жанра, т. е. его композиции, стилистических и языковых особенностей устной профессиональной речи, а также аргументации, типичной для данного жанра, чрезвычайно важна цель общения. Например, если цель делового общения – донести информацию до сотрудников компании, жанр деловой беседы может реализоваться через консультацию, встречу с сотрудниками, если необходимо выработать решение определенной

задачи, проводятся совещания, обсуждения. Мероприятия, проводимые внутри одной организации, такие как совещания, обсуждения, консультации и пр., не всегда отличаются социальной однородностью, поскольку встречи могут проходить как на уровне руководителей компаний, отделов, подразделений, так быть и смешанными, с участием руководителей и подчиненных. Несомненно, что на выбор речевых форм в любой из указанных ситуаций будут влиять такие критерии, как «свой» – «чужой» и «высший» – «низший».

Деловую беседу, в силу разнообразия форм ее проявления и используемых речевых жанров, можно считать ведущим устным жанром деловой коммуникации. Деловая беседа имеет строго предметный характер, в ней невозможны произвольные высказывания и смены тем. Беседа может прерываться и иметь отсроченное продолжение в том же направлении, что ясно видно на примере проведения переговоров как на уровне отдельных организаций, так и на уровне стран. Деловая беседа всегда имеет ряд тем, соответствующих ее содержанию, таких как сроки поставки, форма оплаты, планируемые отрасли развития и т. д. Необходимо особо отметить, что основой деловой беседы (а также ее результатом) часто является письменный текст. В японской деловой практике в ходе ведения деловой беседы принято опираться на статистику, зафиксированные на бумаге данные, однако письменное оформление достигнутых в ходе беседы промежуточных договоренностей мало распространено. В японском деловом сообществе принято официально фиксировать только конечный результат бесед (в виде договоров, контрактов и т. д.)⁷.

Основными характеристиками деловой беседы представляются нижеследующие⁸:

- обозначение темы беседы;
- регулирование хода беседы;
- привлечение внимания и пробуждение/поддержание интересов партнеров к предмету обсуждения;

- выяснение позиций, мнений, желаний, а также скрытых целей партнеров;
- нейтрализация конфликтов интересов, возникающих в ходе беседы;
- демонстрация готовности/неготовности к сотрудничеству путем 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 или «принимающей» стороны.

Жанр деловой беседы относится к риторическим, т. е. состоит из более мелких, простых жанров. В ходе переговоров могут использоваться как информативные (к которым жанр деловой беседы и относится), так и оценочные, этикетные и императивные жанровые классы. Например, в обычной практике широко используются относящиеся к *классу этикетных* жанры приветствия и прощания – *айсацу*, выражения благодарности *канся*:

1) *Кися ни ва шумо осэва ни наттэ оримасу нодэ...* (Мы очень обязаны Вашей компании, поэтому...) Высказывание говорит о давних отношениях между компаниями, используется в качестве приветствия или ответа на просьбу;

2) *Китё: на одзикан аригато: годзаимасу* (Спасибо за Ваше (уделяемое нам) драгоценное время). Высказывание обычно используется в качестве приветствия, начала беседы;

3) *Сэндзицу ва годзё:гэн аригато: гозаимасита* (Большое спасибо за совет, который Вы вчера дали).

В ходе переговоров отмечают и жанры, принадлежащие к *классу оценочных*: *Соно ё:на мури на ун 'эй кэйкаку ни ва дзэнтай хантай симасу* (Мы против такого бессмысленного плана управления).

Большое количество высказываний, наблюдающихся в ходе переговоров, относится к *императивному классу* – просьбы, рекомендации, обещания и т. д., например:

1) *Асита гэмба о отадзунэ ситэ мо ии дэсу ка?* (Можно ли завтра посетить место строительства?);

2) *Итидо вагася но кайсо: сарэта хотэру о горан кудасай* (Посмотрите хоть раз на нашу отремонтированную гостиницу).

С помощью рассмотрения жанра деловой беседы мы выяснили, что принадлежность речевой деятельности к какому-либо классу жанров по своей форме слабо ограничивает использование высказываний других жанров в ходе беседы, но обуслав-

ливает существование набора характеристик и ограничений, свойственных данному речевому жанру.

Детальное рассмотрение жанров речевой деятельности представляется продуктивным и практически необходимым для описания деловой речи, в особенности ее устных форм, которые отличаются большим многообразием и относительной неисследованностью. Построение описательной модели жанров, основанной на их стилистических и прочих характеристиках, позволят сделать процесс речи более экономным и выявить универсальные составляющие большинства жанров делового общения.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ *Потапова Я. М.* Норма делового стиля в японском языке: Дис. на соис. учен. степени канд. филол. наук. М., 1995.

² Там же.

³ *Tyler S. A.* The said and the unsaid. New York: Academic Press, 1978.

⁴ *Шмелева Т. В.* Словарь одного события // Русская речь. 1992. № 4.

⁵ *Hasegawa K.* Rules of the Japanese. Токуо, 1998.

⁶ *Сиротинина О. Б., Кормилицына М. А.* Хорошая речь. 2-е изд. М., 2007.

⁷ *Hasegawa K.* Op. cit.

⁸ Речевое общение: цели, мотивы, средства: Сб. ст./ Под ред. И. В. Уфимцева. М., 1988.