

МОВЛЕННЄВІ СТРАТЕГІЇ У ЯПОНСЬКОМУ ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ

Озерська О.Ю.

*Харківський національний педагогічний
університет імені Г.С.Сковороди, м. Харків*

Останнім часом спостерігається тенденція до розвитку та поглиблення політичних, економічних та культурних зв'язків між Україною і Японією. Тому надзвичайно актуальним стає питання міжкультурної комунікації, складовою якої є і ділове спілкування партнерів.

У діловому спілкуванні мовленнєва або комунікативна стратегія визначається особистісними та індивідуальними характеристиками мовців, особливостями мовленнєвої ситуації, мовленнєвих традицій соціальної групи або країни. Стратегії і тактики, які ефективно використовуються у західних країнах, не завжди ефективні на Сході. Тому прагнення розвитку успішного бізнесу з японцями і обумовлює необхідність вивчення стратегії мовленнєвої комунікації між українськими і японськими діловими партнерами.

Піклуючись про збереження міжособистісної гармонії і захист своєї репутації в бізнесі, японці використовують такі мовленнєві стратегії спілкування: 1) «Передбачення ходу розмови» діє, коли мовець, без запитань передбачає реакцію слухача на свою промову. 2) «Самокомунікація» передбачає, що мовець говорить тихо, начебто для себе, очікуючи, що оточуючі можуть почути і зрозуміти зміст промови. 3) «Стримане висловлювання» - спосіб уникнути надзвичайної впевненості і невідворотності висловлювань. 4) «Дії начебто від третьої особи - тактика, коли мовець передає своє повідомлення начебто за дорученням третьої особи.

Вибірковість мовленнєвої стратегії пов'язана з цільовими установками учасників ділового спілкування: укладення угоди, урегулювання конфлікту, обговорення або згода на вирішення певних організаційних або фінансових проблем.

Таким чином, розглянуті мовленнєві стратегії японського ділового спілкування, що використовуються японцями у діловій комунікації з іноземцями, яскраво свідчать про те, що знання їх може сприяти ефективним перемовинам, а незнання - стати серйозним бар'єром для плідної комунікативної діяльності у сфері бізнесу.