

## ТАБУ У ЯПОНСЬКОМУ ДІЛОВОМУ ЛИСТУВАННІ

Озерська О.Ю.

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

Для ділових листів характерні своєрідні табу, пов'язані з тим, що японці надають велике значення дотриманню певних правил, незнання яких може привести до небажаного впливу на співрозмовника і навіть до падіння авторитету фірми. Ці заборони спираються на культурні традиції японців і знаходять своє відображення у діловому листуванні.

Важливо, наприклад, не розривати поняття переносом і не писати у кінці рядка імена, ввічливі звернення, які стосуються адресата та його дій. Також не пишуть на початку рядка слова, які стосуються власної особи або своїх дій. Треба уникати переносу назви товару, цифр, географічних назв та складних слів. Неприпустимо, щоб реквізити адресанта і адресата, дата містилися на різних аркушах, або щоб їх написання виходило за межі поля тексту. Неввічливо відправляти лист з виправленнями, навіть ледве помітними. Для торгівельної документації діє правило: окреме питання – окремий аркуш. Адресату, старшому за віком чи за статусом, не пишуть лист обсягом більше двох сторінок, а якщо текст поміщається на одному аркуші, то додається ще один чистий аркуш. У зверненнях, адресованих двом або більше особам, першим пишуть ім'я людини, вищої за рангом, а підписувати лист має спочатку особа, нижча за соціальним статусом.

Дотримуючись усіх відповідних місцю, часу і меті правил граматики і вживання слів, необхідно уникати небажаних виразів і конструкцій, а саме таких, що наведені нижче. У випадку написання листа з приводу весілля не вживаються слова: «розлучатися», «виходити», «покидати», «повертатися», «дрібний», «інший раз», «повторно, не одноразово» тощо. У випадку привітання з закінченням будівництва, відкриття нового приміщення: «старіти», «бути на схилі» «загубити» тощо. У листі з приводу відкриття магазину: «падати», «занепадати», «спорожніти», «терпіти крах», «збанкрутувати». У листі з побажанням добробуту – «смерть», «хвороба», «смертельно втомитися». У листі з привітанням з приводу народження дитини – «блукати», «бути нереалізованим», «вмирати», «чотири» (пов'язане з омонімією даного слова зі словом «смерть»), «смуток», «горе» тощо.

Останнім часом з'явилися обмеження за ступенями ввічливості, оскільки надто ввічливі форми у діловому листуванні часто лише утруднюють швидку обробку інформації, тому рекомендовані простіші і більш зрозумілі всім форми. Крім того, спостерігається процес орієнтації на міжнародні стандарти, порівняно з якими японська мова взагалі і ділова, зокрема, дуже сильно перевантажені етикетними висловами. Однак поряд з тенденцією до спрощення цих правил їх специфіка продовжує зберігатися з огляду на особливості японської культури.