

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

ТАШКЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ

РЕФЕРАТ

на тему:

«Особенности дипломатической службы Японии»

Выполнил: студент 4 – курса китайско
английской группы Ходжимуратов Отабек

Проверила: Носирова Саодат

Ташкент 2012

Содержание

1. Введение.....	3
2. Структура МИД Японии.....	4
3. Особенности Японской деловой этики.....	7
4. Принципы дипломатии Японии.....	12
5. Заключение.....	18
6. Список использованных источников.....	19

Введение.

Дипломатическая служба Японии — один из видов государственной службы, создана в целях выполнения государственных задач в области внешней политики страны. Она подчинена общим законам и принципам, принятым в сфере государственной службы. Хотя имеет, конечно, свою специфику, свои отличительные черты и особенности, связанные с особенностями предмета ее деятельности — практического решения самых разнообразных вопросов взаимоотношений Японии с зарубежными государствами и регионами, обеспечения международного авторитета и влияния страны.

На протяжении длительного периода времени в политических обществах и научных кругах многих стран сохраняется и значительно усиливается интерес к Японии. Предметом внимания и изучения чаще всего становятся достижения японской экономики, древние традиции японского народа, его своеобразная культура.

Японская внешняя политика по-прежнему в целом пассивна, замкнута на развитии двухсторонних отношений с узким кругом государств.

1. Структура МИД Японии.

Гаймусё (МИД Японии) возглавляет гаймудайдзин (министр). Следующее по значению лицо в министерстве - гаймудзимудзикан (первый заместитель министра). Затем в порядке старшинства - два заместителя министра, начальник секретариата министра, директора департаментов, начальники управлений, заведующие отделениями.

Так как правительство в Японии в среднем сменяется раз в 2-3 года, то министр иностранных дел обычно не вдаётся в подробности работы аппарата МИД. Работу аппарата направляет и контролирует первый замминистра иностранных дел. Обязанности замминистра - докладывать премьер-министру о ситуации во внешней политике, координировать кадровую политику министерства, участвовать в пресс-конференциях, обеспечивать сохранение традиций МИД.

Первому замминистра помогают 2 замминистра. Их функции - содействие первому замминистра в разработке и планировании внешнеполитического курса; они представляют МИД на международных конференциях. Один замминистра занимается вопросами внешнеполитической проблематики, второй - внешнеэкономической.

В подчинении начальника секретариата министра (замминистра по административным вопросам) находятся отдел кадров, общий, бюджетно-финансовый отделы, отдел загранпредставительств, документации и архивов. Он также курирует иммиграционное управление и следит за повседневной работой персонала.

В составе МИД Японии 5 региональных департаментов (департамент Азии, Сев. Америки, Центр. и Южной Америки, Европы и Океании, Ближнего Востока и Африки) и 5 функциональных - экономический, экономического сотрудничества, договорный, департамент ООН, департамент информации и анализа. Также в министерстве имеются 2 управления - консульское и иммиграционное и культурных обменов.

Региональные департаменты занимаются проблемами двухсторонних отношений. Деятельность функциональных департаментов следует рассмотреть немного подробнее.

Договорный департамент является советником МИД по вопросам международного права. Отделы департамента информации и анализа (создан в 1985 г.) занимаются сбором, обработкой и анализом информации о международной политической обстановке. Экономический департамент изучает международное экономическое положение; департамент экономического сотрудничества рассматривает вопросы экономического и

научно-технического сотрудничества Японии с иностранными государствами предоставления льготной помощи развивающимся странам. Департамент ООН в частности занимается вопросами мирного использования ядерной энергии и освоения космоса.

Практическая деятельность МИД сконцентрирована в отделах (их около 70).

Отдел состоит из 3-х секторов. Сектор общих проблем вырабатывает направление политики и координирует работу других секторов. Административный сектор занимается контактами отдела с японскими официальными представительствами. Также существует отдел двухсторонних отношений (или, если отдел функциональный, конкретных проблем). Работой отдела руководит карьерный дипломат.

Сотрудники МИД не квалифицируются по дипломатическим рангам, а по категориям. Младшие сотрудники принадлежат к 8, 7 и 6 категориям; сотрудники среднего уровня - к 5, 4 и 3; старшие - к 1 и 2 категориям. Лишь в посольствах сотрудники занимают должности в соответствии с международной практикой.

Поступившие на работу в МИД молодые карьерные дипломаты зачисляются в 7 или 8 категорию. Проработав в министерстве около 7 лет, они переводятся в 6 категорию, а через 2 года после этого - в 5-ю. Некарьерные дипломаты достигают среднего уровня лишь через 14-20 лет работы в министерстве.

В Японии о МИД в целом сложилось мнение, как о закрытой, «высокомерной» организации. Однако представление о японском дипломате более благоприятное: распространено убеждение, что он хорошо образован, вежлив, трудолюбив, предан стране и службе; множество молодых японцев держат сложнейшие экзамены с целью поступить на дипломатическую службу.

Так как внешнеполитический курс Японии достаточно устойчив, то в радикальных реформах дипломатической службы нет необходимости; лишь создаются новые органы или незначительно изменяются старые (например, в 1984 г. вместо департамента информации и культуры в информационно-исследовательский департамент был введен пост представителя по связям с прессой).

Функции МИД Японии.

Согласно японскому законодательству о МИД, основными функциями министерства являются:

- Планирование и осуществление внешней политики.
- Направление за рубеж дипломатических и консульских работников.

- Заключение международных соглашений.
- Участие в работе международных организаций и конференций.
- Изучение иностранных государств.
- Анализ информации по вопросам внутренне- и внешнеполитического положения страны.
- Осуществление культурных обменов с иностранными государствами.
- Защита находящихся за границей японцев.

2. Особенности Японской деловой этики.

Японские дипломаты из поколения в поколение учатся говорить обиняками, используя для этого слова, создающие неопределенность всем произносимым фразам. Они не переносят грубых слов и сами никогда их не используют. Стиль их поведения – точность, аккуратность, исполнение всех обещаний. Они всегда внимательно слушают партнеров по переговорам или контактам, но это не означает, что они разделяют высказываемые мысли или предложения.

Можно выделить три группы особенностей, характеризующих национальные стили:

- связанные с формированием состава делегации;
- связанные с ценностными ориентациями;
- связанные с личностным моментом поведения участников переговоров.

При чём национальный стиль переговоров определяется поведением участников как представителей своего государства, а не национальной группы.

Японцы особенно чувствительны к общественному мнению, стремятся избежать участия в многосторонних переговорах. На уступки отвечают тем же, на угрозы - не реагируют, но в переговорах с более слабым партнёром сами прибегают к угрозам.

Японцы очень пунктуальны и обязательны, много времени уделяют межличностным контактам, умеют выслушивать собеседника, держать паузу, контролировать эмоции. Японское «да» - не всегда означает согласие, «нет» они не употребляют, чтобы не обидеть собеседника, а говорят «это затруднительно».

В переговорах с японцами паузы вполне естественны. Японцы боятся проиграть на переговорах, поэтому предпочитают не рисковать.

В Японии МИД активно участвует в выработке общей стратегии государства. Для японского стиля переговоров характерно то, что дипломаты практически не реагируют на угрозы против противоположной стороны, хотя в

отношении с более слабыми странами используют экономические угрозы. Японские дипломаты говорят не все на официальных встречах.

Большое значение придают неофициальным контактам и пунктуальности.

Дипломаты восточных стран отличаются высоким профессиональным уровнем. Обычно они получают образование за границей.

Японская деловая этика неразрывно связана с культурой страны и этнопсихологией японцев. Для тех, кто собирается достичь успеха в бизнесе с Японией, ее изучение абсолютно необходимо.

При всем многообразии составляющих японской деловой этики их можно разделить на две группы - твердые правила и аспекты, где компромисс допустим.

Вступая в контакт с японцем, нужно помнить о том, что существует три "нет" японской деловой этики: нельзя приходить на встречу без визитных карточек, нельзя не иметь материалов о своей компании и своем предложении, нельзя отклоняться от протокола в одежде и внешнем виде.

Одним из ключевых элементов деловой культуры являются визитные карточки. Для японца они не только несут определенный объем информации. В самой Японии с ее низким уровнем преступности и отсутствием склонности населения к мошенничеству визитка зачастую служит удостоверением личности, а название серьезной компании или организации на ней - свидетельством надежности и кредитоспособности ее владельца. Кроме того, нельзя забывать, что имена с трудом воспринимаются японцами на слух. Получив визитку, японцы всегда кладут ее перед собой, чтобы иметь возможность подсмотреть лишний раз имя собеседника. Если на встрече присутствует несколько человек, как правило, визитки разложат в том порядке, как они сидят. И, наконец, всегда следует учитывать, что в японском обществе очень ценится церемониал. И если в начале знакомства вы не дадите визитную карточку в ответ на врученную вам, то ход церемониала оказывается нарушен, ваш японский партнер чувствует дискомфорт. Разумеется, извинения за отсутствие визиток будут приняты, возможно, и с добрым юмором, однако не стоит сомневаться - первое впечатление о вас серьезно смазано.

Второй ключевой элемент деловой культуры может звучать как заповедь - "никогда не вступай в контакт с японским бизнесменом, не имея при себе кучи документов и материалов". То есть, когда готовится выход на японскую компанию, начинать надо с себя - приготовить максимум возможной документации. Здесь должны быть и проспект компании или хотя бы ее описание, подробное изложение предлагаемого проекта или сделки, анализ состояния отрасли и т. д. В тактических целях на первую встречу можно и не

готовить конкретные предложения по суммам сделки или проекта, но четкое владение этими вопросами обязательно для тех, кто идет на контакт с японской фирмой. Любая задержка в ответах на финансовые вопросы может серьезно насторожить ваших партнеров. Гарантией провала встречи является часто используемая отечественными бизнесменами тактика "встретимся - расскажем о себе - узнаем, чего они хотят".

И, наконец, деловой костюм. Стремление к унификации, желание не выделяться, свойственные японскому национальному характеру, в одежде очень ощутимы. Стиль костюма и внешнего вида в японском деловом мире весьма консервативны. Вероятно, соответствие определенным правилам в одежде распознается как принадлежность к тому же самому деловому сообществу, кругу людей, с которыми "можно иметь дело". При контакте с японскими бизнесменами костюм и галстук обязательны, однако галстук может быть и самой радикальной расцветки, если костюм строгий - это не вызовет особого удивления. Одежда должна быть чистой, особенно ботинки. В самой Японии 99% сотрудников компаний ходят на работу в черных лакированных ботинках. Однако, если чистая одежда на вас немного помята, в Японии это не вызовет осуждения - значит, вы "горите на работе".

В японском деловом мире посещение ресторана не означает празднование прогресса в переговорах или подписания контракта. Ресторан - это место, где деловые контакты продолжаются в дружеской атмосфере, но зачастую в не менее интенсивном темпе. Недаром считается, что важнейшие политические и экономические решения в Японии принимаются на совещаниях политиков или президентов крупных компаний в ресторанах в токийских районах Гиндза и Акасака. Если японский партнер приглашает вас в ресторан, это важный сигнал того, что ваше предложение интересно, и японцы готовы к продолжению сотрудничества с вами. Соответственно, приглашение на ужин следует расценивать как знак большего доверия, чем просто на ланч. Хорошо, если вы идете в европейский ресторан и обстановка вам знакома. В японском ресторане человек сталкивается с необходимостью пройти между Сциллой японских обычаев и Харибдой радушия приглашающего.

Японцы приветствуют друг друга поклонами. Желательно овладеть неглубокой формой поклона, однако для этого стоит хорошо присмотреться к тому, как это делают, дабы не выглядеть смешно. Однако рукопожатие с иностранцем вполне распространено в японском деловом сообществе. Нет ничего страшного и в том, что японец вам поклонится, но не предоставит возможность для рукопожатия.

Так же можно подойти и к тому, каким образом вступать в первый

контакт с японской компанией. Наименее желателен способ прямого обращения по общедоступному телефону и уж тем более по факсу. Разрабатывая тактику выхода на японскую компанию, лучше всего постараться найти хоть кого-нибудь, кто мог бы представить вас японцам. Японское общество традиционно и личные контакты ценятся в нем особо. Встреча по чьей-либо рекомендации или при наличии общих знакомых пройдет намного плодотворнее, чем прямое обращение. Однако если найти нужного человека невозможно, то надо выходить на компанию напрямую, но при этом следует помнить о двух моментах. Во-первых, очень важно попасть сразу же к тому специалисту, который отвечает за ваше направление, иначе усилия будут потрачены впустую. Во-вторых, во всем мире преувеличивается знание японцами английского языка. Если бизнесмен настроен на серьезную работу с японцами, переводчик необходим. В ходе беседы особого внимания требуют юмор и наши пословицы. Широко принятые в деловом общении у нас, в Европе и США они, как правило, воспринимаются японскими визави неадекватно, даже если и переводимы.

Основное отличие деловой этики японцев заключается во влиянии специфической национальной культуры, которая проявляется как в особых традициях, так и в особой консервативности деловых процедур.

3. Принципы дипломатии Японии

Деловая этика или, другими словами, кодекс поведения японских бизнесменов сложился под влиянием национальных культурных и психологических особенностей. Он решительно отличается от правил и норм поведения представителей делового мира Запада.

Многие специалисты считают, что иностранным компаниям нелегко проникнуть на японский рынок из-за эффективной эластичной политики протекционизма. Однако причины надо искать и в своеобразных культурных традициях страны.

Сложившиеся веками нормы поведения, обязательная деликатность в отношениях, деловая этика трудно воспринимаются представителями западной цивилизации. Не последнюю роль играет языковая проблема. И, может быть, самое главное - трудности, нередко возникающие на уровне бессловесных контактов. Плюс ко всему иностранные компании часто просто не могут приспособиться к требованиям японского рынка. От того, насколько искусно иностранная компания справляется с этими проблемами, зависит ее успех на японском рынке. Многие западные фирмы, успешно ведущие бизнес

в Японии, уже доказали, что эти барьеры преодолимы. Чтобы проникнуть на японский рынок, необходимо понять людей этой страны. В Японии бизнес возможен только «с» японцами, но не «против» них. Японцы всегда с готовностью идут на контакт с теми, кто может предложить им что-то новое. Они абсолютно убеждены, что смогут в самые короткие сроки воспринять, изучить, апробировать, усовершенствовать и внедрить у себя любые новые изделия, технологии, теории, концепции, материалы. Информация и технология - вот что интересует японцев прежде всего.

Внешний вид и поведение иностранцев зачастую входит в прямое противоречие с местными этическими и эстетическими нормами. Японцев подчас шокируют манеры европейцев или американцев, например, когда члены иностранных делегаций во время переговоров свободно откидываются на спинку стула или забрасывают ногу на ногу. Чрезвычайно смущает японцев манера европейцев, беседуя, заглядывать друг другу в глаза в надежде уловить реакцию на свои слова. Сами японцы в разговоре всегда смотрят в сторону или вниз, избегая встречи «глаза в глаза».

Четкая граница, разделяющая людей на своих и чужих была прочерчена японцами с момента, когда первые иностранцы стали приезжать в страну, чтобы торговать. Это разграничение сохраняется по сей день. Любой иностранец, достаточно долго проживший в Японии, чтобы иметь верное о ней суждение, согласится, что японцы с осторожностью относятся к иностранцам.

Такая позиция японцев может задеть европейца или американца, привыкшего в своей деятельности руководствоваться, кроме деловых интересов, еще и соображениями личного расположения. Но ожидать от японцев проявлений дружеского расположения в начале сотрудничества было бы наивно. Поначалу надо быть готовым к недоверчивому отношению к себе и не воспринимать как оскорбление возможную японцев поставить под вашу компетентность же честность. Все это вызывает негативную реакцию иностранцев. Но те европейские и американские бизнесмены у которых хватило терпения и выдержки пройти через первый этап партнерства, были вознаграждены чисто материальными бонусами сотрудничества и тем, что японцы приняли их в свой «круг». Убедившись в надежности иностранного партнера, японцы сменяют настороженно - выжидательные отношения на более дружественные. Их доверие очень сложно заслужить, но, заслужив однажды, иностранный бизнесмен открывает для себя широкий рынок и огромные возможности для сотрудничества. Терпение и хладнокровие в сочетании с честной принципиальной позицией - хорошие помощники в деловых связях с японскими бизнесменами.

«По одежке встречают, по уму провожают» - гласит знаменитая пословица. В Японии это правило действует, может быть, даже в большей степени, чем где-либо еще. Особенно на этапе налаживания деловых отношений. Для представителя японской фирмы важно не только, что вы хотите предложить, но и как вы это сделаете. И здесь каждая мелочь будет иметь огромное значение.

Принято считать, что для того, чтобы завязать деловые отношения, сначала следует послать письменное уведомление с предложением осуществить какую-либо коммерческую операцию. В Японии ваш призыв в большинстве случаев останется без ответа, особенно, если подобное письмо отправлено на адрес компании, с которой ранее вступать в деловые отношения не приходилось. Причина такого «невнимания» отнюдь не в отсутствии заинтересованности или недоверии к партнеру. Просто японские бизнесмены предпочитают непосредственный контакт с потенциальным партнером.

Будьте педантичны и пунктуальны. На встречу, назначенную с японцами, лучше всего являться даже на несколько минут раньше. Опоздание на пятнадцать минут или более, осуждаемое и в других странах, может быть воспринято японской стороной как проявление неуважения.

В то же время скверное впечатление на японцев могут произвести иностранцы, привыкшие принимать за столом небрежную позу и считающие, что скрещенные ноги с высоко задранными коленями и другие проявления релаксации располагают к дружески расслабленной атмосфере переговоров. Японцы увидят в этом лишь нарочито провокационное поведение.

Улыбайтесь даже в тех случаях, когда вам становится трудно себя сдерживать. Будьте смиренно-великодушны. Развивайте в себе умение быть сдержанно-открытым и избегайте угроз.

Избегайте критических высказываний в адрес своего или японского правительства. Это будет воспринято как нарушение этикета. Лучше избегать иронии всякого рода, ведь юмор очень трудно переводится на японский язык, и даже самому высококлассному переводчику вряд ли удастся донести до японцев соль вашей остроты. Деловую беседу следует вести без юмора, остроумных аналогий и иронических замечаний. Избегайте прямой конфронтации, никогда не старайтесь «поймать японцев на слове».

Если возникает деликатный вопрос, требующий дополнительного разъяснения со стороны японцев, его лучше задать через посредника. Во-первых, через третью сторону вы получите более четкий ответ, во-вторых, они обязательно оценят вашу предупредительность и такт.

Японские бизнесмены предпочитают непосредственный контакт с

потенциальным партнером.

Ни в коем случае не следует торопить японскую сторону. Ваше нетерпение может насторожить, зато спокойствие заставит японцев почувствовать вашу уверенность в собственных силах. Кроме того, перед тем, как назначить вам первую встречу, японской стороне потребуется время для получения всей возможной информации о вашей фирме через свои каналы.

Обычно японские компании, имеющие связи с иностранными фирмами, обмениваются информацией об этих фирмах, делятся впечатлениями. Если у кого-то уже был неудачный опыт сотрудничества с японской фирмой, то надежды на успех мало.

На переговорах с японцами представителям иностранной фирмы тоже следует располагать всей возможной информацией о потенциальном партнере. За столом переговоров именно эта информация становится главным козырем. Нелишне знать, каким иностранным компаниям уже было отказано в сотрудничестве и почему. Стоит попытаться узнать, кто конкретно будет представлять японскую сторону на переговорах и что это за люди.

Глава японской стороны обычно занимает первое место в ряду, а лидер иностранной делегации должен сесть напротив него, спиной к окну. Прямой осанкой с подчеркнуто выпрямленной спиной все сидящие за столом японцы демонстрируют готовность начать переговоры с гостями. Это, кстати, одно из проявлений так называемого языка жестов.

При первом знакомстве обмен визитными карточками, сопровождаемый легкими поклонами, стал неотъемлемой традицией.

По тому, какой пост занимает глава делегации, встречающей вас, легко можно определить степень заинтересованности японской стороны. Если вас встречает президент, вице-президент, главный управляющий директор или управляющий директор, значит, вы можете быть уверены, что вас рассматривают как интересного и уважаемого партнера. Президент никогда даже не пытается показать, что он осведомлен буквально обо всем, но всегда может вызвать для участия в переговорах своего подчиненного, который компетентен в интересующем вас вопросе. Иностранного гостя не должно удивлять, что президент говорит с ним в основном об общих вопросах, предоставляя обсуждение более конкретных вопросов техническим экспертам своей фирмы. Тем не менее при решении вопроса о начале совместной деятельности или о подписании контракта именно мнение президента будет решающим. Поэтому во время первой же встречи с ним представителю иностранной делегации следует подчеркнуть серьезность намерений и заинтересованность в долгосрочном и взаимовыгодном контакте.

Вице-президент во многих японских компаниях - это своеобразный

локомотив, подталкивающий осуществление всех проектов и разработок. Он играет большую роль в руководстве предприятием. Если удалось заинтересовать в сотрудничестве вице-президента японской компании, можно считать, что полдела уже сделано. Завоевать их расположение также очень важно с тем, чтобы во время сотрудничества не возникало проблем технического свойства.

В Японии не принято после знакомства в самом начале переговоров немедленно приступать к предмету дел или объяснять цель визита. Сначала чаще всего идет о предметах, в пределах общего интереса о средствах массовой информации, о событиях экономической жизни, о последних тенденциях на рынке.

В начале переговоров японцы также любят спрашивать о первом впечатлении, как произвела на иностранцев, Япония и ее жители. Европейец, пробывший в Японии короткое время, вряд ли в состоянии дать достаточно аргументировать об этой стране. Следует оставаться в рамках элементарной вежливости и не углубляться в сравнения. Будет разумным, если иностранец похвалит все положительное, что он успел заметить.

В зависимости от того, с кем и о чем предстоит вести переговоры, необходимо решить, самим ли позаботиться о переводчике или положиться на японскую сторону. Если переговоры предстоят с небольшой фирмой где-нибудь в провинции, имеет смысл взять с собой переводчика. В больших городах, вроде Токио или Осака, в японских компаниях обычно в штате есть свои переводчики, да и сами участники переговоров зачастую изъясняются на английском или немецком языках.

С японцами можно говорить жестко и решительно, но при этом всегда надо оставаться вежливым и честным. Без хотя бы формального соблюдения норм вежливости переговоры с японцами обречены на быстрый провал.

Японцы - народ проницательный, поэтому они сразу чувствуют, если партнер ведет «двойную игру». Иностранцы, не очень искусные в «языке жестов», даже не догадываются, как много могут сказать японцам поведением и жесты гостей.

Заключение.

В 70-80-х годах Япония превратилась в одну из крупнейших торговых держав мира. В настоящее время Япония сохраняет традиции третьей страны-экспортера после США и ФРГ, однако, по многим направлениям внешнеэкономической деятельности стала лидером. В данный момент, роль Японии настолько высока, что практически весь мир ориентируется на ее деятельность.

Рост международных политических, торгово-экономических и культурных связей Японии способствует усилению роли МИД Японии в системе государственных учреждений. Министерство иностранных дел «Страны восходящего Солнца» использует все возможности для воздействия на внешнеполитический курс страны, направленный на повышение её международного статуса. Мнение МИД наиболее влиятельно при решении специфических международных проблем и при определении позиции Японии на многосторонних переговорах.

Список использованных источников.

1. *Панов А.Н.* Дипломатическая служба Японии и эволюция японо-советских и японо-российских отношений в послевоенный период 1945-1995 гг. М., 1995.
2. *Кадзухико Того.* 50 лет японской дипломатии. На русском языке. М., 1996.
3. *Ильишев А.В.* Так создают госэлиту в стране Восходящего солнца // Служба кадров. 2001. № 8.
4. *Сэйсё Г.* Синяя книга по внешней политике. На японском языке. Токио, 2001.
5. *Смирнов Л. Н., Зайцев Е. Б.* «Суд в Токио» - М., 1978.
6. *Того Синэзори* «Воспоминания японского дипломата» - М., 1996.