

ABSTRAK

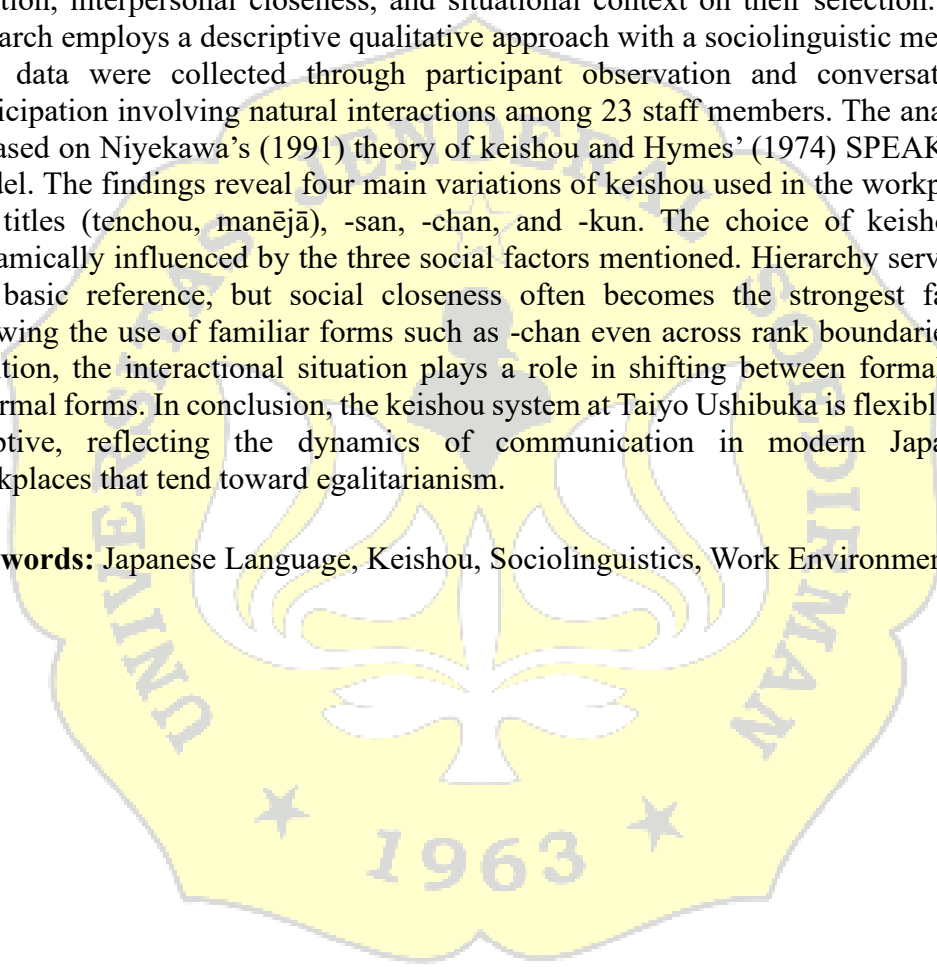
Penelitian ini membahas variasi penggunaan keishou (kata panggilan penghormatan dalam bahasa Jepang) di lingkungan kerja Supermarket Taiyo Ushibuka, Jepang. Latar belakang penelitian ini adalah suasana kerja di Taiyo yang bersifat non-formal dan kekeluargaan, yang membuat pola penggunaan keishou menjadi lebih fleksibel dibandingkan tempat kerja Jepang pada umumnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan variasi keishou yang digunakan dan menganalisis pengaruh faktor sosial seperti hierarki jabatan, kedekatan hubungan, serta situasi interaksi terhadap pemilihannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode sosiolinguistik. Data diperoleh melalui teknik simak libat cakap dan observasi partisipan terhadap interaksi alami 23 staf. Analisis dilakukan dengan teori *keishou* dari Niyekawa (1991) dan model SPEAKING dari Hymes (1974). Hasil penelitian menunjukkan empat variasi utama *keishou* yang digunakan, yaitu gelar jabatan (*tenchou*, *manējā*), *-san*, *-chan*, dan *-kun*. Pemilihan keishou dipengaruhi secara dinamis oleh tiga faktor sosial tersebut. Hierarki menjadi acuan dasar, tetapi kedekatan sosial seringkali menjadi faktor paling kuat yang memungkinkan penggunaan bentuk akrab seperti *-chan* bahkan melampaui batas jabatan. Selain itu, situasi interaksi berperan dalam peralihan antara bentuk formal dan informal. Kesimpulannya, sistem *keishou* di Supermarket Taiyo Ushibuka bersifat fleksibel dan adaptif, mencerminkan dinamika komunikasi di lingkungan kerja Jepang modern yang cenderung egaliter.

Kata Kunci: Bahasa Jepang; Keishou; Lingkungan Kerja; Sosiolinguistik.

ABSTRACT

This study discusses the variation in the use of *keishou* (honorific forms of address in Japanese) in the workplace environment of Taiyo Ushibuka Supermarket, Japan. The background of this research lies in Taiyo's non-formal and family-like work atmosphere, which makes the patterns of keishou usage more flexible compared to typical Japanese workplaces. The aim of this study is to describe the variations of keishou used and to analyze the influence of social factors such as hierarchical position, interpersonal closeness, and situational context on their selection. This research employs a descriptive qualitative approach with a sociolinguistic method. The data were collected through participant observation and conversational participation involving natural interactions among 23 staff members. The analysis is based on Niyekawa's (1991) theory of keishou and Hymes' (1974) SPEAKING model. The findings reveal four main variations of keishou used in the workplace: job titles (*tenchou*, *manējā*), *-san*, *-chan*, and *-kun*. The choice of keishou is dynamically influenced by the three social factors mentioned. Hierarchy serves as the basic reference, but social closeness often becomes the strongest factor, allowing the use of familiar forms such as *-chan* even across rank boundaries. In addition, the interactional situation plays a role in shifting between formal and informal forms. In conclusion, the keishou system at Taiyo Ushibuka is flexible and adaptive, reflecting the dynamics of communication in modern Japanese workplaces that tend toward egalitarianism.

Keywords: Japanese Language, Keishou, Sociolinguistics, Work Environment.



要旨

本研究は、日本のタイヨー牛深スーパーにおける敬称（日本語の呼称表現）の使用の多様性について考察したものである。研究の背景には、タイヨーの職場環境が非形式的で家族的な雰囲気を持っていることがあり、そのため敬称の使用パターンが一般的な日本の職場よりも柔軟である点が挙げられる。研究の目的は、使用されている敬称の多様性を記述し、職階、親密さ、相互行為の状況といった社会的要因がその選択にどのように影響するかを分析することである。本研究は社会言語学的手法による記述的質的アプローチを用いた。データは、23名のスタッフの自然なやり取りに対する参与観察および観察参加法を通じて収集された。分析には、Niyekawa (1991) の敬称理論および Hymes (1974) の SPEAKING モデルを用いた。研究結果として、使用されている敬称は主に 4 種類に分類された。すなわち、役職名（店長・マネージャー）、一さん、一ちゃん、一くんである。敬称の選択はこれら 3 つの社会的要因によって動的に影響を受けている。職階は基本的な基準となるが、社会的親密さがより強い要因となり、一ちゃんのような親しい形が職位の境界を超えて使用されることも多い。また、相互行為の状況も、形式的な形と非形式的な形の切り替えに関与している。結論として、タイヨー牛深における敬称のシステムは柔軟かつ適応的であり、現代日本の職場における平等志向的なコミュニケーションの動態を反映している。

キーワード: 敬称、社会言語学、日本語、職場環境、言語バリエーション。