

ЕКСТРАЛИНГВИСТИЧНИ ФАКТОРИ, ОБУСЛАВЯЩИ УЧТИВОСТТА В ЯПОНСКИ ЕЗИК

Магдалена Василева

*терминология: учтивост, “учтив стил”, “обикновен стил”, “учи” (“вътре”), “сото” (“вън”), социален статус, психологическа дистанция

Учтивостта в японски език е сложна система с много и разнородни компоненти. В настоящата работа ще обърнем внимание на екстралингвистичните фактори (факторите извън езика), които влияят върху избора на изрази, изразяващи учтивост в японски език.

В български език съществуват няколко функционални стилове: научен, публицистичен, административно-делови и художествен. “Тези стилове се определят от гледна точка на функционалните сфери, които обслужват, и от гледна точка на характера и подбора на езиковите средства, които стиловете използват при обслужване на тези функционални сфери” (Ницолова 1995, 212). Може да кажем, че в българския език не съществува стил, наречен “учтив” по силата на дефиницията, посочена по-горе. В японската граматика обаче се употребява широко понятието “учтив стил” на говорене (“тейней тай”), което налага да направим някои уточнения и да потърсим реципрочност в българската и японската терминология. В японски език освен “учтив стил”, съществува и т.нар. “обикновен стил” (“фуцу тай”). Тъй като в български език учтивостта и учтивото говорене не се отнасят към функционалните стилове, ще приемем варианта, че учтивото говорене на “Вие” в български език съответства на “учтивия стил” на говорене в японски език, а говоренето на “ти” – на “обикновения стил” в японски език.

Въпреки противоречивите мнения относно това, дали съществува или не науката екстралингвистика, под “екстралингвистични фактори” ще разбираме външните условия на езиковата комуникация и всички фактори, които определят избора на “учтив” или “обикновен” стил извън граматичните норми на японски език (“екстралингвистичен – който оста-

ва извън сферата на езика; извънезиков” Пантелеева 1994, 121). Ще обърнем внимание на два фактора: психологическата дистанция между адресант (говорещ) и адресат (слушаш), и социалният статус на адресата.

Социалният статус на събеседника е много силен фактор, който оказва влияние при избора на учтиви изрази не само в японски, но и в български език. Правилото, валидно и за двете общества, е, че към събеседник с по-висок социален статус винаги се използват изрази с висока степен на учтивост. За български език е задължителна употребата на “Вие” и множественото число, а за японски – употребата на “учтив стил”.

В японското общество особено важен фактор за учтивостта е и психологическата дистанция между двамата комуниканти (“комуникант – лице, което осъществява речевата комуникация, като самото участва в нея; речев партньор, събеседник” Пантелеева 1994, 121). В тази връзка е необходимо да отделим внимание на някои социални явления, които са характерни само за японското общество, а именно възприятието на японците за т. нар. “учи” (“вътре”) и “сото” (“вън”).

“Учи” и “сото” са два термина от социологията на японците, които не фигурират в европейските общества. Това е така, защото няма такива социални феномени, в следствие на които да възникне съответната терминология. Много често в английската литература тези две думи се превеждат като “inside” и “outside”, т.е. нещо, което е “близо до мен”, и нещо, което е “по-дистанцирано от мен” като психологическо разстояние. Хората, с които се срещаме всеки ден, хората, с които работим, или хората, с които посещаваме тренировки по някакъв спорт например, са хора близки за нас и те принадлежат към групата на “учи”. Хора, с които не контактуваме често или непознати за нас хора, са ситуирани на по-далечно разстояние от нас по психологическата права, следователно те за нас са от групата на “сото”. Към хора, принадлежащи на “сото групата”, задължително се използва един от “учтивите стилове” в японски език: “кейго”, “кенджого” и “теинейго”, докато към “учи групата” в някои случаи може и да не се използва учтив стил на говорене. Разбира се, в “учи групата” за избора на стил на говорене оказват влияние и много други фактори като възраст, позиция в социалната йерархия, професионален опит, роднински отношения и пр.

Така например служителите в една фирма принадлежат към “учи групата” по силата на правилото, че работят в една и съща институция и защитават едни и същи каузи. Но ако фирмата е голяма, не всички

служители биха се познавали така добре, за да използват винаги изрази с по-ниска степен на учтивост.

От друга страна, директорът на даден отдел в същата фирма е лице, което служителите срещат всеки ден. Но той е с по-висок социален ранг и не би следвало подчинените му да се обръщат към него неформално. Самият директор поради по-високия си социален статус има право да избере стила, с който ще се обърне към свой подчинен. Това може да бъде, както най-строгата форма на формален стил, така и “обикновен стил”, достигащ до жаргонни употреби. Въпрос на личен избор и на стратегия от страна на по-висшестоящ.

Много често чужденци, които работят или учат в Япония, изпитват неудобство от многото лични въпроси, които японците им задават. Вероятно в тези въпроси има известна доза любопитство, но японците задават много лични въпроси и защото искат да получат информация за човека, за да могат по-бързо да го приемат и “причислят” към “учи групата”, т.е. да скъсят психологическата дистанция.

Голяма част от съвременните японски лингвисти смятат, че изборът на учтив стил в японския език до голяма степен се влияе от самата ситуация, т.е. употребата на “тейней тай” зависи от социалните и психологическите отношения между участниците в дадена ситуация.

Т. Шибата посочва факторите, които определят социалните и психологическите отношения, като ги разделя на два основни фактора и на пет по-незначителни. (Вж. схема 1) (Шибата 1998, 84).

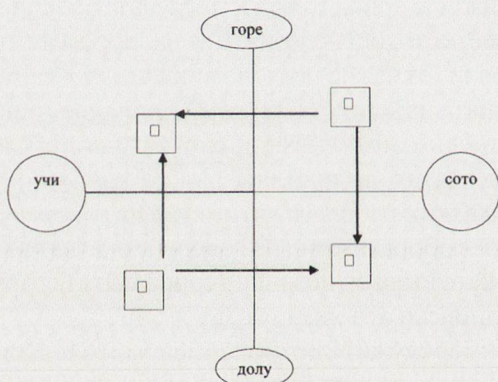


Схема 1. Отношения по вертикалната и хоризонталната ос

1. Отношения по вертикалната ос: “горе” и “долу”
 - 1) възраст: “по-възрастен” или “по-млад”;
 - 2) пол: мъж или жена;
 - 3) социален статус: по-висок или по-нисък.
2. Отношения по хоризонталната ос: “учи” (“вътре”) и “сото” (“вън”)
 - 1) приятелски или неприятелски отношения;
 - 2) вътре или вън от дадено общество/група.

От схемата на Шибата се вижда, че категориите “горе” и “сото” (“вън”) като човешки взаимоотношения са доста отдалечени една от друга; докато “долу” и “учи” (“вътре”) са близки. Отношенията по вертикалната ос съществуват и са фактори за избор на учтив стил в много други езици и затова не е необходимо да се обръща особено внимание на тях при преподаването на учтивите стилове в японски език на чужденци. От друга страна, отношенията по хоризонталната ос, а именно схващането на японците за “учи” и “сото”, е характерно само за японския език и не присъства в европейските езици. Според Шибата и много други японски лингвисти на този аспект от взаимоотношения в японското общество е необходимо да се обърне специално внимание на изучаващите японски език.

Употребата на японския учтив стил е трудна и за самите носители на езика. Смята се, че истинското разбиране и правилната употреба на учтивостта в японски език стават възможни едва когато младият човек започне работа във фирмата. За овладяването на японския учтив стил е важно да се знаят и разбират не само граматичните конструкции, но ред правила и закономерности в японското общество. За да може един индивид да се “впише” в обществения живот без затруднения, той трябва да съблюдава определени норми и да изгради маниер на поведение.

III. Хината посочва някои от функциите на учтивия стил – “кейго” в японското общество:

1. “Употребата на “кейго” е начин да се покаже уважение към събеседника или трето лице. А уважението на свой ред поражда доверие, върху което се градят отношения не само в колектива на една институция, но и например търговски отношения.

2. Употребата на “кейго” е начин да се създаде и почувства атмосфера на официалност в случаите, когато това е необходимо, например при произнасянето на реч или приветствие.

3. Употребата на “кейго” е начин да се поддържа психологическа дистанция със събеседника, за да му се отдаде нужното уважение. Неупотребата на “кейго” спрямо непознати лица или хора, които срещаме за първи път, може да доведе до сериозни последици.

4. Чрез “кейго” говорещият не само показва своето уважение; уместната употреба на учтивия стил говори красноречиво за образованието и възпитанието на говорещия. Тук е мястото да отбележим, че особено често в женската реч се допуска прекомерна употреба на учтиви стилове, което също е грешка. Жените твърде често прибавят префиксите за учтивост “о-“ или “го-“ към прилагателни и съществителни имена.

5. Чрез “кейго” може да се изрази и мило отношение или чувство на привързаност към събеседника. Например начинът, по който родителите употребяват “кейго”, за да се обърнат към децата си или начинът, по който учителите в детската градина се обръщат към своите възпитаници.

6. Чрез “кейго” може да се изрази и сарказъм, презрение, присмех или злъчно отношение към нещо или някого. (Хината 2000, 107). Например в следният коментар относно твърде евтин апартамент, като цената съответно говори ясно за лошото му състояние:

本当にご立派なお宅ですこと。

Honntou ni gorippana otaku desu koto.

Наистина перфектно жилище!

Ако трябва най-общо да се дадат някакви постановки относно това, “към кого”, “кога” и “как” трябва да се използва “кейго”, можем да кажем следното. Както и в българския език, японските учтиви стилове се използват задължително към човек, с по-висок социален статус от нас, към

* Макар в българския превод на изречението да не се долавя никаква учтивост (защото в български език няма такива граматични и лексикални единици, които да маркират “учтивост”), а по-скоро сарказъм, в японското изречение има очевидни маркери, които говорят за една от горепосочените функции на японския учтив стил. В горния пример на японското прилагателно име “перфектно” е прибавен префиксът за учтивост “го-“, а на съществителното име “жилище” е прибавен префиксът за учтивост “о-“. Изречението завършва с формалното съществително “кото”, което е характерно за женската учтива реч.

непознат човек, към човек, който уважаваме, към човек, който принадлежи към “сото групата”. При официални случаи, събрания, конференции и др., употребата на “кейго” също е задължителна. Показателен е примерът, че японците се обръщат официално дори и към близки приятели, ако поводът е официален. А относно това, как трябва да се използват учтивите стилове на говорене, много важно е говорещият да е наясно с отношението “учи – сото”, за да има по-правилна преценка при избора на стил. В този случай е задължително да се отчитат и други социални фактори като възраст, ранг, опит и т.н.

С. Иде насочва вниманието си към японското възприятие за “учи” и “сото” и в тази връзка се опитва да представи графичен модел за това, как японците и американците възприемат себе си и околния свят (Вж. Схема 2) (Иде 1977, 75).

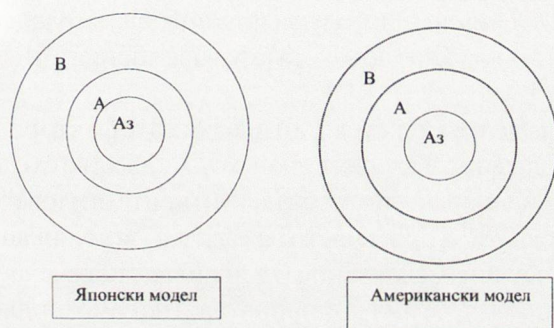


Схема 2. Японски и американски модел за ситуирането на личността спрямо околния свят

Пространството обозначено в сфера “А” е областта, в която се намират всички отношения, дефинирани като “учи” (“вътре”), докато пространството обозначено в сфера “В” е областта, в която се намират всички отношения, които могат да бъдат обозначени като “сото” (“вън”). Сферата “В” е с еднаква големина и при японците, и при американците. Но територията, която се получава във вътрешността на сферата на японците, е по-голяма от тази на американския модел, т.е. територията на “сото” отношенията при японците е по-голяма. При американците се получава

точно обратното: територията на “учи” отношенията е по-голяма. При американския модел сферите, ограждащи “А” – територията и “В” – територията, са описани с контурни линии, т.е. при тях няма строг модел на “учи” и “сото” отношения. Много лесно дори и непознат събеседник може да бъде приет в “учи” групата и разговорът да се води без формалности.

При японците моделът е ясно очертан: “сото” отношенията трудно се пренасят в “учи” територията. Съответно думи и изрази, употребявани в “учи” групата, не могат да се използват в света на “сото”, защото това би било грубо и неучтиво. Много често японци, които пътуват в чужбина, прилагат своя модел на поведение от гледна точка на посочените по-горе “учи” и “сото” отношения, а по този начин не могат да създадат приятелски връзки и да проведат сърдечен разговор.

От друга страна, европейци и американци, които не знаят нищо за модела на поведение на японците, изпадат в подобна ситуация в Япония. Приятелското им държание понякога смущава японците и ги кара да се дистанцират.

Дотук стана ясно, че екстралингвистичните фактори и доброто познаване на социалните явления в японското общество са една от предпоставките за правилната употреба на “учтивите стилове” в японски език, а следователно и за протичнето на “гладка” комуникация. Не случайно в някои научни изследвания учтивостта е наречена “социален лубрикант” и се смята, че има допирни точки не само с личната, но и с общата култура на човек. Може да кажем, че учтивостта е важен елемент от комуникативната компетентност на личността. “Социализирайки се, човек придобива компетентност не само как да генерира граматически правилни изречения, но и кога да говори и кога да мълчи, а също така с кого, как и къде да разговаря, съобразявайки се с приетите правила за поведение, които са част от общата култура. Човекът придобива свой репертоар от речеви умения за участие в комуникацията като активен и пасивен фактор, т.е. той непрекъснато оценява и реагира на речевото поведение на своите събеседници” (Виденов 2000, 283).

ЛИТЕРАТУРА

- Виденов, 2000:** М. Виденов. Увод в социолингвистиката. София, 2000.
- Димитрова, 1999:** Ст. Димитрова. Езикова демагогия. София, 1999.
- Иванова, Ницолова, 1995:** К. Иванова, Р. Ницолова. Ние, говорещите хора. София, 1995.
- Иде, 1977:** С. Иде. Отношенията “учи” – “сото”. – В: Основни проблеми при преподаването на “кейго”. Токио, 1998, 83–90.
- Пантелеева, 1994:** Хр. Пантелеева. Граматика на вежливата реч. София, 1994.
- Хината, 2000:** Ш. Хината. Упражнителна тетрадка по “кейго”. Токио, 2000.
- Шибата, 1998:** Т. Шибата. Връзка между “учи”, “сото” и “горе”, “долу”. – В: Основни проблеми при преподаването на “кейго”. Токио, 1998, 75–90.