

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОЇ ЯПОНСЬКОЇ ЛЕКСИКИ

Як відомо, для глибокого пізнання країни необхідно розібратися в системі уявлень, оцінок і норм, властивих її народу, а потім досліджувати, під впливом яких чинників ці уявлення, оцінки і норми склалися, і, врешті-решт, визначити, якою мірою вони впливають на поведінку представників цього етносу, а відповідно і на стан його сучасних проблем, і, що особливо важливо, використовувати отримані результати для побудови прогнозу на майбутнє [Овчинников 1980, 6; Григорьева 2005, 23].

Протягом всієї новітньої історії Японію вважали «загадковим Сходом», а її народ – незрозумілим, оскільки система культурних цінностей, логіка мислення і поведінки японців ґрунтуються на відмінних від західного ментального поля стереотипах [Ray T. Donahue 1994, 4; Tadanobu Tsunoda 1978, 17].

У когнітивній лінгвістиці та етнолінгвістиці термін «стереотип» відноситься до змістової сторони мови і культури, тобто розуміється як ментальний (мисленнєвий) стереотип, що корелює з картиною світу. Мовним стереотипом можна вважати не тільки думку або декілька думок, а й будь-який стійкий вислів, що складається з декількох слів, наприклад стійке порівняння, кліше тощо [Пирогов 2007, 72].

У системі культурних цінностей японців існує багато стереотипних реалій, до яких відносяться імена божеств, назви міст, назви одягу, взуття, страв, екзотичних рослин, виміри відстані, що є специфічними компонентами національної лінгвокультури, наприклад Будда, Фудзі, Осака, Кіото, сакура, кімоно, сенрі (тисячу рі) тощо. Кожна з таких реалій є стрижнем низки національно маркованих фразеологізмів, що досить широко актуалізовані в лексичному складі мови, зокрема у вигляді паремій. Разом з тим так звані «кодові поняття» (термін введено Б.Л. Де Менте), що, з одного боку, являють собою мовне явище, а з другого – містять у собі потужний культурно-соціальний зміст, заслуго-

вують на особливу увагу дослідника [Boyé Lafayette De Mente 2004, 12–13].

У цій статті здійснено спробу зіставити на рівні семантичної кореляції та провести лінгвокультурологічний аналіз низки вищезгаданих «кодових понять», зокрема 揚げ足 ageashi, 論う age tsurau, 愛想笑い aiso warai, 番記者 ban kisha, 忠誠心 chuusei shin, 弾力的運営 danryokuteki un'eі, 故郷 furusato, з метою виявлення в них конотативних ознак, обумовлених екстралінгвістичними чинниками, зокрема шляхом перевірки ступеня їхньої актуалізованості в сучасних двомовних, тлумачних та фразеологічних словниках японської мови.

揚げ足 ageashi – надмірна балакучість

Добре відомо, що японці відрізняються стриманістю мови взагалі, а їхнє ставлення до надто балакучих людей є недовірливим і негативним. Антипатія до надмірно балакучих, мабуть, обумовлена тими моральними і етичними принципами, які лежать в основі буддизму і конфуціанства: стриманість, споглядальність, переконаність у тому, що справи цінуються значно більше за слова. З другого боку, стислість мови японців, мабуть, стала результатом значних культурних досягнень, заснованих на принципах високої моралі та мудрості. Тому мовчання є невід'ємною, суттєвою складовою у процесі міжособистісного спілкування. Іншим важливим чинником стриманості мови у японців є сам характер їхнього етикету. За офіційних обставин уміння сказати потрібне слово належним чином і у відповідний момент завжди було обов'язковою вимогою, що ставилася перед учасниками бесіди. Саме завдяки такому зваженому і вимогливому ставленню до мовної комунікації японці виробили звичку говорити якомога менше, щоб уникнути «агеасі», тобто згубних наслідків власної балакучості. У сучасній Японії «агеасі» все ще вважається серйозним порушенням етикету і, за винятком окремих випадків, балакучість

сприймається слухачами негативно, незалежно від соціального статусу мовця. Таким чином, ментальна несумісність представників Заходу із жителями Країни Східного Сонця проявляється в тому, що перші сприймають мовну стриманість останніх як певну слабкість, а мовчання – як вимушений вакуум у бесіді, що має бути обов'язково заповнений словами.

論う *age tsurau* – нескінченні причіпки

Японці постійно прагнули і прагнуть досконалості в усьому. Саме тому будь-яке, навіть незначне, відхилення від досконалості викликає критику з їхнього боку. Ставлення сучасних японців до цієї особливості національної культури є двояким. З одного боку, вони пишаються своїми досягненнями, а з другого – усвідомлюють, що ці досягнення базуються на дуже високих стандартах, які стоять на заваді успішній реалізації економічно вигідних проєктів. Японські підприємці з вестернізованою ментальністю все частіше змушені вибачатися перед західними партнерами за надмірну прискіпливість своїх колег, зациклених на *аге-цурі* (нескінченних причіпках), замість того щоб займатися вирішенням ділових питань. Миттєва реакція людей із синдромом *аге-цурі* на все нове – це спроба відшукати погрішності й дефекти, оцінити будь-який товар і будь-яку пропозицію з усіх можливих боків, щоб переконатися, чи відповідають вони критеріям японської національної культури. Утім, важливо відзначити, що, на переконання японців, у будь-якій справі саме дрібниці відокремлюють успіх від невдачі. Тому для досягнення успіху в будь-яких справах і перемовинах з японською стороною бажано наперед готувати відповіді на питання, які японські колеги можуть поставити у зв'язку із запропонованою пропозицією, а також готувати якомога більше побіжної інформації, що безпосередньо не стосується теми бесіди.

愛想笑い *aiso warai* – послужлива усмішка

Однією з вигадок, поширюваних європейцями про японців, була теза про

те, що вони нібито абсолютно байдужі до людського життя і часто сміються, замість того щоб плакати, коли у когось з їхніх близьких або знайомих трапляється велике горе, нещастя або навіть смерть. Насправді, стикаючись із трагічними обставинами та смертю, японці завжди переживали такі ж самі почуття горя і туги, як будь-які інші люди, проте традиції їхньої культури вимагали від них стриманості і приховування на людях своїх емоцій. Нині табу на відверте виявлення почуттів практично відсутнє. Саме тому на особливу увагу заслуговує такий феномен сучасного японського етикету, як *айсо варай* – послужлива усмішка, якою завжди зустрічають відвідувачів, гостей, клієнтів не тільки у сфері послуг, а і в будь-якій державній установі, офісі тощо, де персонал незмінно проявляє виняткову запобігливість і дружелюбність стосовно всіх клієнтів або відвідувачів. Навчитися гарних манер і послужливої усмішки, що випромінює благоговіння, любов і вдячність, допомагають спеціальні інструктори. Мета полягає в тому, щоб створити атмосферу виняткової уваги, пошани і турботи стосовно клієнта. Традиційна роль *айсо варай* в японському суспільстві, безумовно, робить очевидною її нещирість, проте це жодною мірою не знижує її соціальної значущості. *Айсо варай* сприймається як нормальний ігровий компонент стосунків між людьми, що не тільки сприяє більш ефективній реалізації ділових контактів, а й створює особливу атмосферу емоційного комфорту всіх її учасників. Разом з тим слід зауважити, що формальна «сліпуча усмішка» представників Заходу часто викликає зворотну реакцію з боку японських партнерів, які сприймають її як нещирість і фальшивість.

番記者 *ban kasha* – ангажований журналіст

Ще донедавна Японія була країною дуже суворої цензури. Становище змінилося з початком епохи Мейдзі (1868 р.), яка визначила перехід японського суспільства на шлях буржуазної демократії. Першою газетою в Японії, що видавалася регулярно, була англійська *The Nagasaki Shipping List and Advertiser*, призначена для іноземців.

Пізніше з'явилися тижневики, що видавалися у великих містах країни – Едо, Кіото, Осака та Нагасакі. Першою щоденною газетою стала «Йокохама Майніті» (1871). На початку 30-х років минулого сторіччя японська преса являла собою конгломерат друкарських видань, які відстоювали інтереси численних політичних угруповань. На сторінках цих видань переважно публікувалися місцеві новини, статті на суспільно-побутові теми і белетристика. Ситуація різко змінилася в середині 30-х років минулого сторіччя, після встановлення військової диктатури, яка обмежила роботу японської преси рамками державної пропаганди і вимогами цензури на всю друкарську продукцію. Незважаючи на те що після закінчення Другої світової війни в Японії почалися серйозні демократичні перетворення, свобода слова і об'єктивність подання подій у японській пресі аж ніяк не стали загальноприйнятою нормою. Таке становище зберігалось фактично до кінця 1980-х – початку 90-х років, коли в країні з'явилися незалежні журналісти, з думкою яких довелося рахуватися навіть впливовим японським газетам. Проте практика контролю за пресою продовжує існувати і досі. Саме такий стан справ відображає термін *банкіся* (скор. від *бангумі кісся* – досл. «журналіст-спостерігач», «прикріплений» до конкретної ТВ-програми або відомої політичної персони). До обов'язків *банкіся* входить підтримка тісних особистих контактів зі своїми «джерелами» для отримання конфіденційної інформації в обмін на ексклюзивні публікації. Відомо, що такі відносини часто захмарюються взаємними претензіями і навіть образами внаслідок витоку інформації або дезінформації. Зазвичай за *банкіся* закріплюється місце в першому ряду на всіх прес-конференціях, у яких бере участь VIP-персона. *Банкіся* жорстко контролює тих, хто звертається до його «підопічного» з питаннями, щоб виключити будь-які непорозуміння. Система «банкіся» продовжує відігравати важливу роль у політичному житті сучасної Японії.

忠誠心 *chuusei shin* – абсолютна лояльність

Японці завжди стоять перед дилемою правильного прийняття рішень, особливо в

міжнародних справах і торгових стосунках. Саме в цій сфері вони часто опиняються на межі конфлікту з чужинцями, оскільки стереотипи їхнього мислення і поведінки входять у суперечність із ментальними стандартами іноземних партнерів. Мабуть, одним з найбільш характерних прикладів такого роду ментальних розбіжностей є практика *тюсейсін* – висловлення «абсолютної лояльності» перед однокласниками, колегами тощо, яка виходить за рамки здорового глузду з точки зору представників Західного світу. Постійне наголошення на своїй лояльності має давнє етнічне і націоналістичне коріння, адже японці завжди і за будь-яких обставин мають діяти і поводитися «як японці». Так, наприклад, ті, хто тривалий час навчався або працював за кордоном, після повернення на батьківщину зазнають певного тиску і недовіри з боку оточуючих. Навіть незначні відхилення від стандартної поведінки можуть мати для них серйозні наслідки, починаючи з фізичного і морального тиску з боку однокласників або колег до відвертої дискримінації під час працевлаштування. До людей, що повернулися з-за кордону, чи то школярі, чи співробітники мультинаціональних корпорацій, практично завжди ставляться як до іноземців, тобто з певною недовірою. Ті з них, хто працює у компаніях і фірмах, навряд чи можуть розраховувати на вищі посади. Така практика є правилом з дуже рідкими винятками і свідчить про те, що, незважаючи на декларативні заходи уряду щодо інтернаціоналізації японського суспільства, національна культура продовжує залишатися традиційним і непорушним стандартом, за допомогою якого оцінюється людина, а у вищих інстанціях використовується як засіб придушення або навіть знищення будь-кого, хто спробує поводитися не «по-японськи». Відомо, що із середини 60-х і до початку 80-х років минулого сторіччя іноземці, що бажали співпрацювати з великими японськими компаніями та урядовими організаціями, мали пройти численні складні тести на лояльність – *тюсейсін*. Нині вони історично віджили своє, але й досі іноземці змушені проходити формальні перевірочні тести.

彈力の運営 *danryokuteki un'ei* – гнучке управління

У період феодального правління в Японії сьогуні (військові диктатори) чудово усвідомлювали, що збереження влади над васалами можна забезпечити лише шляхом негайного та жорстокого покарання порушників закону і відповідного залякування решти населення країни. Проте з приходом нової, більш демократичної та ліберальної епохи урядові чиновники і бюрократи були змушені виправити старий порядок таким чином, щоб примусити людей виконувати закони, не вдаючись до насильства. Саме в цей період і була розроблена нова тактика, запозичена у досвідчених в управлінні людьми китайців, що отримала назву *данрюку ун'ей* (гнучке управління). Її суть полягає в тому, щоб, послабивши увагу протилежної сторони, здійснювати закулісну діяльність, спрямовану на досягнення поставленої мети. Ця тактика застосовується як урядовими органами, так і японськими корпораціями, зокрема, під час переговорів з іноземними партнерами і полягає в тому, щоб, не розкриваючи відразу своїх карт, добиватися поставлених цілей поступово, без створення конфліктних ситуацій. З погляду на японські ментальні стандарти така поведінка вважається цілком етичною і морально виправданою, тому японці часто щиро дивуються обуренню і протестам з боку іноземців, які усвідомлюють справжній зміст їхніх вчинків.

故郷 *furusato* – чинник «*фурусато*»

Незважаючи на багатотисячолітню історію і глибоке переконання у своїй культурній винятковості та етнічній унікальності, японці відчувають певний брак чогось дуже важливого внаслідок відсутності в них «духовного центру». Хоча почуття національної єдності і територіальної прив'язаності, що виражається словом *фурусато* (досл. «рідне село», «батьківщина», «місце народження»), надзвичайно розвинене у японців, вони нерідко страждають через відсутність «духовної батьківщини». Слово *фурусато* часто використовують у рекламі, сфері послуг тощо для культивування духовних почуттів і нагадування своїм громадянам про їхнє історичне минуле, однак цього недостатньо для того, щоб компенсувати незадоволеність відсутністю чогось більш важливого.

Така духовна стурбованість жителів Ямато пояснюється тим, що фактично вся їхня рання культура була цілком запозичена у китайців, спочатку через Корею, а потім і безпосередньо із Середньої держави. Незважаючи на тривалі періоди фактичної ізоляції, коли розвиток Японії ішов самостійним шляхом, жителям Ямато важко позбутися думки, що вони сформували свою культуру за китайським шаблоном. У середині XIX ст. Японію захлснула хвиля західного впливу, принісши масу нових понять і звичаїв, які змінили традиційні устої японців і сприяли подальшому поглибленню почуття їхньої культурної залежності. Разом з тим вони й досі продовжують пошук духовної батьківщини, часто визнаючи, що нею для них є саме Китай. Проте, враховуючи, що відносини між Японією і Китаєм ніколи не були ідеальними, той факт, що понад 90 відсотків їхньої культури запозичено у китайців, не заважає їм бути переконаними у своїй абсолютній автентичності та своєрідності в усьому, що стосується національного характеру та поведінки. Не дивно, що на цьому ґрунті між японцями та китайцями часто відбуваються суперечки. Останнім часом китайці все більше прагнуть скористатися пошуками японців духовної батьківщини, зокрема, для отримання економічних переваг, що ставить останніх у досить складне становище. З другого боку, японці не можуть ігнорувати ринок Китаю, оскільки в цьому випадку його можуть захопити західні конкуренти. Водночас в умовах зростання економічної могутності Китаю японці змушені поступатися безцеремонним діям китайських політиків і бізнесменів, оскільки у них просто немає іншого виходу. Одним із способів вирішення цієї складної ситуації японці вибрали для своїх двосторонніх стосунків з Китаєм модель, побудовану на чиннику *фурусато*, однак ця модель має свої недоліки, головним із яких є значна розбіжність національних менталітетів обох народів.

Наведена нижче таблиця наочно відзеркалює наявність розглянутих вище лексичних одиниць у загальних двомовних, тлумачних та фразеологічних словниках японської мови, а також виявляє ступінь їхньої семантичної актуалізації на трьох рівнях: загальнолексичного зна-

Термін	Значення	БЯРС	ЯРС	NJED 5th edition	GJD	CEDF	MCR	日米 辞典	広辞 苑	国語 慣用 句	美 日 本 語
	Загальнолексичне										
	У складі КФ										
	У складі лакуни										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
揚げ足 ageashi	піднімати ногу (сумо)	+	+	-	+	-	-	-	+	+	+
	прискіпуватися; ловити на слові	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
	стриманість мови	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
論う agetsurau	обговорювати (питання); критикувати	-	-	+	+	-	+	-	+	-	-
	-«-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-
	-«-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
愛想笑い aisowarai	люб'язна усмішка	-	-	+	-	-	+	-	+	-	+
	люб'язна усмішка	-	-	+	-	-	+	-	+	-	+
	формальна усмішка	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-
番記者 bankisha	ангажований журналіст	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
	-«-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-«-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
忠誠心 chusei shin	абсолютна лояльність	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-«-										
	-«-										
弾力の運営 danryokuteki un'ei	гнучке управління	-	-								
	«-«	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	«-«	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
故郷 furusato	батьківщина	+	+	+	+	-	-	-	+	-	+
	батьківщина	-	+	+	+	-	-	-	-	-	+
	чинник «фурусато»	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

чення, конвенціонального фразеологізму (КФ) та у складі лакуни, тобто на рівні специфічного компонента національної лінгвокультури. Повні назви словників, що подані в таблиці у вигляді відповідних аббревіатур, наводяться у списку використаної літератури.

Дані *таблиці* свідчать про те, що більшість розглянутих термінів актуалізовано на рівні загальнолексичного значення і меншою мірою – на рівні конвенціональних фразеологізмів. Що стосується їхнього значення як специфічних культурем, або лакун, то воно не зафіксоване в жодному з поданих лекси-

кографічних джерел. Натомість існує багато прикладів вживання їх у сучасних ЗМІ саме в цьому національно-специфічному значенні.

Виходячи із вищезазначеного, можна зробити висновок про те, що більшість розглянутих термінів-понять містять глибший, у порівнянні з конвенціональними стійкими висловами, смисл, вмотивований соціальними, історичними, культурними та іншими екстралінгвістичними чинниками, в сукупності відображаючи національно-специфічну лінгвосоціальну реальність.

Разом з тим можна вважати, що ці терміни-поняття відносяться до мовних засобів відображення культурних реалій-лакун, які входять до складу системи національного менталітету японців.

На нашу думку, вивчення цього шару лексики сучасної японської мови заслуговує на більш детальне та глибоке дослідження, оскільки відкриває можливість вирішення багатьох питань як суто лінгвістичного, так і лінгвоетнокультурологічного плану.

ЛІТЕРАТУРА

- Григорьева Т.П. **Движение красоты: размышления о японской культуре**. Москва, 2005.
- Овчинников В.В. Предисловие // **Япония: образы и традиции**. Москва, 1980.
- Пирогов В.Л. Система ментальних стереотипів, відображена в японських прислів'ях приказках // **Східний світ**. № 3. Київ, 2007.
- Boyé Lafayette De Mente. **Japan Cultural Code Words**. Tokyo, 2004.
- Ray T. Donahue. **The Mysterious Oriental Schema: Images and Attribution**. Intercultural Communication Studies IV:2, 1994.
- Tadanobu Tsunoda. **Nihonjin-noo (Brain of Japanese)**. Tokyo, 1978.
- 角田忠信 「日本人の脳」大修館社。
- Encyclopedia of Contemporary Words**. Tokyo, 2006.
- 現代用語の基礎知識。自由国民。
- Japan: An Illustrated Encyclopedia**. Tokyo, 1993.
- Japan Profile of a Nation**. Tokyo – New York – London, 1995.
- 105 Key Words for Understanding Japan**. Tokyo, 2001.
- The Kodansha Bilingual Encyclopedia of Japan**. Tokyo, 1998.
- 日本を知る105章。平凡社。
- БЯРС – Большой японско-русский словарь**: В 2 т. / Сост. С.В. Неверов и др. / Под ред. Н.И. Конрада. Москва, 1970.
- ЯРС – Японско-русский словарь** / Сост. Б.П. Лаврентьев, Л.А. Немзер, Л.А. Сыромятников и др. Москва, 1984.
- GJD – The Great Japanese Dictionary**. Tokyo: Kodansha, 1995.
- CEDF – Dictionary of Colloquial Expressions in Dialogue Form**: Tokyo: Asahi, 1992.
- NJED – New Japanese-English Dictionary**. Tokyo: Kenkyusha, 1984.
- MCR – Dictionary of Modern Japanese-English Colloquialisms**. Tokyo: Asahi, 1998.
- 日米辞典 – 日米慣用句表現辞典。東京：小学館、1997。
- 広辞苑 – 広辞苑。東京：岩波書店、2008。
- 国語慣用句 – 国語慣用句大辞典。東京：東京堂、1977。
- 美日本語 – 美しい日本語の辞典。東京：小学館、2006。