

Kultúrne koncepty na báze individualizmu – kolektivismu ovplyvňujúce spôsob komunikácie v Japonsku (2. časť)¹

Viktória Marková

*Katedra východoázijských štúdií, Filozofická fakulta,
Univerzita Komenského, Bratislava*

V 1. časti štúdie sme sa venovali prehľadu doterajšieho výskumu individualizmu – kolektivismu a jeho sporným miestam, najmä otázke, či Japonsko je alebo nie je kolektivistickou kultúrou. Pokúsili sme sa analyzovať japonský kolektivismus na základe teórie Markusovej a Kitayamu o tom, ako subjekt vníma sám seba a seba vo vzťahu ku skupine a prostredníctvom konceptu *uchi/soto* うち/そと sme definovali in-group a out-group v japonskom poňatí. Nasledujúca časť práce bude venovaná konkrétnym kultúrne podmieneným konceptom a termínom na báze kolektivismu, ktoré významne ovplyvňujú spôsob, akým Japonci komunikujú (patria sem koncept tváre, empatia a termíny *sašši* 察し a *išin-denšin* 威信/電信, *enrjo* 遠慮, *amae* 甘え, *ura/omote* 裏/表, *honne-tatema* 本音/建前 a *wa* 和). Z hľadiska komunikácie hovoríme tiež o japonskej komunikácii ako o vysoko-kontextovej.

¹ Vzhľadom na rozsah témy je štúdia rozdelená na dve časti, 1. časť štúdie bola publikovaná v *Studia Orientalia Slovaca*, roč. 7 (2008), s. 157-175.

5. Japonské kultúrne koncepty a ich vplyv na komunikáciu

5.1 *Wa* 和

Wa 和 označuje jednu z kľúčových japonských hodnôt. Znak pre pojem je pôvodom čínsky, nesúci významy harmónia, mier, zmierenie, jednota, ale zároveň používaný i na označenie Japonska. To je dôkazom hĺbky významu harmónie v japonskej spoločnosti. Hendry uvádza, že história konceptu *wa* 和 siaha až do obdobia princa Sótoku (6. – 7. storočie n. l.), ktorý vo svojej ústave povýšil harmóniu nad všetko ostatné (Hendry 2003). Poukazuje na významovú odlišnosť tohto pojmu – pojem *wa* 和 vyjadroval i nerozlišovanie dobra a zla, pretože vtedy nemožno harmóniu dosiahnuť. To naznačuje i spôsob riešenia konfliktov, ktorého podstatou je hľadanie dohody alebo konsenzu a cieľom je vzájomný súlad.²

Hoci sa *wa* 和 prekladá ako harmónia, tento preklad považujú mnohí za nedostatočne vystihujúci podstatu konceptu *wa* 和. Jednoznančne možno povedať, že *wa* 和 je spojená so skupinou, predovšetkým in-group. Harmónia v skupine (in-group) je najvyšším cieľom jej členov, ale táto harmónia nepresahuje do vzťahov medzi skupinami (medzi in-group a out-group). *Wa* 和 si možno predstaviť ako súzvuk názorov alebo skupinovú integritu, v ktorej má každý príslušné miesto a podľa tohto svojho statusu aj koná. Zvyčajne sa o *wa* 和 nehovorí v súvislosti s prirodzene súdržnými skupinami, akou je napríklad rodina (Gudykunst – Nishida 1994).

Harmóniu v medziľudských vzťahoch Japonci povýšili na ideál, ale ako hovorí Doi: „*Je veľmi ťažké dosiahnuť wa. Je to dosť ťažké medzi dvoma ľuďmi a takmer nemožné medzi viacerými*“ (Doi 2001: 153). Napriek tomu je atmosféra harmónie pre Japoncov dôležitá a sledujú princípy, ktoré si sami stanovili (nezdôrazňovať vlastný názor, najmä ak je odlišný; nevstupovať do otvorených konfrontácií s ostatnými členmi skupiny; nekritizovať konanie alebo správanie sa členov sku-

² O rozdieloch v riešení konfliktov medzi individualistickou a kolektivistickou kultúrou pozri Ting-Toomey 2000.

piny najmä pred out-group, nevyčnievať snahou o originalitu, a pod.), sa ju snažia dosiahnuť.

V publikácii o japonských systémoch riadenia sa napríklad uvádza, že firma alebo vedúci pracovníci pri hodnotení podriadených oceňujú, okrem iného, „*schopnosť zaujať kritické stanovisko ohľaduplnou formou*“ (Marhoulová 1989: 158). Inými slovami, pozitívne hodnotenie si zaslúži ten, kto vyjadrí kritický postoj, no zároveň sa mu podarí zachovať harmonickú atmosféru v pracovnom kolektíve. *Wa* 和 sa často vyskytuje aj v sloganoch motivujúcich ľudí (zamestnancov) k výkonu, ktoré visia na stenách výrobných hál.

5.2 Koncept tváre (*kao* 顔)

Fyzickým i symbolickým miestom prepojenia vnútorného sveta jednotlivca a vonkajšieho sveta (skupiny, kultúry, spoločnosti) je tvár. Tvár je v Japonsku vnímaná symbolicky a má približne rovnaký význam ako v našej kultúre pojmy „povesť, reputácia“. V slovných spojeniach „zachoval si/stratil tvár“ sa však aj v slovenčine stretávame s týmto symbolickým významom. „*Tvár je skutočne bilaterálny koncept v skupinovo založenej, kolektivistickej kultúre.*“ (Ting-Toomey 2000: 396). Kolektivistická kultúra zdôrazňujúca medziľudské vzťahy je typická tým, že jednotlivcovi záleží na skupine a skupine na jednotlivcovi. Z tejto symbiózy pramenia hodnoty ako harmónia, skupinová súdržnosť, vôľa podriadiť sa skupine, potreba spolupráce, ktoré vedú k istým typom správania sa a tak sa spätne podporujú.

Ting-Toomey tvrdí, že koncept tváre je prítomný v každej kultúre. Rozdiel je len v miere, do akej sú príslušníci jednotlivých kultúr ochotní ukázať svoju autentickú tvár v určitej situácii a v miere, do akej uprednostnia prezentovanie sociálnej tváre. Poukazuje na to, že v kolektivistických kultúrach zhoda medzi osobným a verejným obrazom seba nie je nutná, pretože sú premenlivé podľa situácie a vzťahov. Tvár ako obraz samého seba je neoddeliteľnou súčasťou siete vzájomných záväzkov a recipročných snáh o jej zachovanie (Ting-Toomey 1988).

Koncept tváre je v kolektivistických kultúrach dôležitou súčasťou sociálneho správania sa. Výraz „stratiť tvár“ sa spája so správaním sa

Kultúrne koncepty na báze individualizmu – kolektivismu ovplyvňujúce spôsob komunikácie v Japonsku (2. časť)

jednotlivca vedúcim k jeho poníženiu alebo strate dôstojnosti pred ostatnými ľuďmi. Hofstede cituje definíciu Ho: „*K strate tváre dochádza vtedy, keď konanie jednotlivca alebo príslušníkov jeho in-group nespĺňa základné požiadavky, ktoré naňho kladie jeho sociálna pozícia a časť s ňou spojená*“ (Hofstede 1994: 61). Potreba zachovania tváre je veľmi silná a to nielen pre jednotlivca samotného, ale i pre celú jeho in-group. Snaha zachovať si tvár je založená na vzájomnej závislosti jednotlivca na druhých a je „*integrálnou súčasťou skupinovej asociácie*“ (McDaniel – Quasha 2000: 317). Hrubé, arogantné alebo bezohľadné správanie, ktoré vedie ku strate tváre celej skupiny alebo niektorých jej členov a tým narúša sociálnu rovnováhu, je neprijateľné a sankcionované. Pomôcť druhému zachovať si tvár znamená podporu v problematickej situácii, vďaka ktorej si zachová akceptovateľný verejný obraz.

V Japonsku je tvár symbolom záujmu jednotlivca o to, ako ho vidia ostatní, je tiež symbolom sociálnej povinnosti, pozície (Matsumoto 1996). Japonci využívajú v sociálnom správaní sa rôzne mechanizmy ako nestratiť tvár, mnohé z nich založené na nepriamej komunikácii. Jedným z častých mechanizmov je úloha sprostredkovateľa, ktorý vstupuje do vzťahu dvoch osôb a umožní tak nepriamu komunikáciu. V prípade odmietnutia k nemu nepríde priamo a druhá strana nestratí tvár. Lebra i Hendry ako najznámejší prípad uvádzajú sprostredkovanie sobáša (Lebra 1976; Hendry 2003). Ting-Toomey popisuje využitie sprostredkovateľa pri riešení konfliktu (Ting-Toomey 2000).

Základným pravidlom medzikultúrnej komunikácie, najmä pri stretnutí individualistickej a kolektivistickkej kultúry, je nespôsobiť stratu tváre sebe ani partnerovi. Strata tváre hrozí v situáciách ako konflikt, žiadanie o niečo, sťažovanie sa na niečo, zahanbenie. Ak by sme mali vymenovať len zopár predpokladov, kľúčovými sú poznanie nepriamosti v štýle komunikácie, úlohy ticha a trpezlivého čakania v komunikačnom správaní a harmonického spôsobu riešenia konfliktov pre príslušníkov individualistických kultúr a pochopenie významu priamosti, asertívneho správania, otvorenej kritiky a explicitného vyjadrovania v komunikácii pre príslušníkov kolektivistických kultúr.

5.3 Empatia (*omoiyari* 思いやり)

Empatia je vlastná každému človeku v ktorejkoľvek kultúre sveta, aby bol schopný komunikácie s druhými. V Japonsku je schopnosť empatie vysoko vyzdvihovaná a úzko súvisí s podstatou japonského spôsobu komunikácie založeného na *sašši* 察し. Je tiež úzko spojená s konceptom tváre. Empatiu možno definovať ako „*schopnosť vcítiť sa do pozície druhých ľudí, poznať prežívanie druhých z ich perspektívy a komunikovať toto pochopenie zmysluplným spôsobom*“ (Mullavey-O’Byrne 1994: 205). Vcítienie sa do pozície druhého umožňuje jednotlivcovi, aby svoje správanie sa modifikoval tak, že partner nestratí tvár. Prispieva k efektívnej komunikácii, vzájomnému porozumeniu a vytváraniu a udržiavaniu medziľudských vzťahov, preto je významnou zložkou interpersonálnej komunikácie tak v kolektivistickej, ako aj v individualistickej kultúre. Rozdiel medzi nimi pramení z poznania, že „*komunikácia empatického porozumenia je modifikovaná kultúrnymi hodnotami, vierami, normami, pravidlami medziľudského správania a kultúrne akceptovanými spôsobmi komunikácie*“ (Mullavey-O’Byrne 1994: 211).

Japonsko ako kolektivistická a vysoko-kontextová kultúra je typická nepriamosťou v komunikácii a dôrazom na neverbálnu komunikáciu. Správa nemusí byť komunikovaná priamo, na porozumenie stačí jej implicitné vyjadrenie a jej význam vyplynie z kontextu. Východné kultúry považujú za nadbytočné, ak sa pocity vyjadrujú priamo a verbálne, pretože o skutočných pocitoch netreba otvorene hovoriť, možno ich intuitívne pochopiť z toho, čo bolo povedané. „*Výsledkom toho je, že záťaž komunikácie je efektívne zdieľaná tak hovoriacim, ako aj poslucháčom, od ktorého sa očakáva, že bude ‘počuť’ implicitné odkazy vďaka empatickej pozornosti*“ (Kim 2000: 436). Pre Japoncov je verbálny spôsob komunikácie len jednou z možností.

McDaniel napríklad zistil, že ticho v komunikácii Japoncov odráža dôraz tejto kultúry na schopnosť empatie (McDaniel 2000). Lebrová sa zaoberala výskumom tradičnej japonskej morálky na základe porovnania japonskej, čínskej a kórejskej kultúry. Potvrdila súvislosť medzi empatiou a „znevažovaním“ verbálnej, explicitnej komunikácie. Vo svojej knihe „*Japanese Patterns of Behavior*“ dokonca nazýva Japons-

Kultúrne koncepty na báze individualizmu – kolektivismu ovplyvňujúce spôsob komunikácie v Japonsku (2. časť)

ko „*kultúrou empatie*“ – „*omoiyari culture*“ (*omoiyari* je japonský termín pre empatiu), pretože schopnosť empatie svedčí o ľudskosti, morálnej zrelosti a úctyhodnosti človeka (Lebra 1976: 38). Popisuje niekoľko foriem empatie: udržiavanie konsenzu v komunikácii tým, že subjekt nepresadzuje svoje názory; schopnosť predvídať a uspokojiť potreby druhého; prejavovanie zraniteľnosti citov, ktorou subjekt vyvoláva empatické správanie u druhých; sociálny echo-efekt, čiže vyjadrovanie a zároveň očakávanie sociálnej citlivosti; intuitívna komunikácia; pocit viny, ktorý naberá na intenzite spolu s empatiou.

Kolektivistické kultúry, v ktorých je jednotlivec súčasťou siete sociálnych vzťahov a interakcií a je včlenený do jednej či viacerých skupín, prikladajú empatii veľký význam. Citlivosť k verbálnym a neverbálnym prejavom druhých, schopnosť vidieť veci z inej perspektívy, vžiť sa do inej úlohy a odhadnúť správanie sa druhých a ich pocity sú prejavom záujmu o druhých a predpokladom pre úspešné budovanie sociálnych vzťahov a napĺňanie potrieb členov in-group. Sú kľúčovou súčasťou rodinnej výchovy i výchovy v školách. Otázkou zostáva, do akej miery sú príslušníci kolektivistických kultúr schopní empatie v prípade interakcie s členmi out-group?

Je pochopiteľné, že ak pri stretnutí sa s cudzincom alebo členom out-group jednotlivec nie je schopný empatie, vyvoláva to v ňom neistotu (potláča schopnosť predvídať reakcie a správanie sa druhých). Jedným z možných dôsledkov je, že kolektivistické kultúry sú menej flexibilné pri nadväzovaní vzťahov s cudzincami alebo neznámymi ľuďmi, prístupujú k nim opatrnejšie a s väčšou nedôverou. Dôraz na empatickom správaní sa k členom in-group neznamena, že príslušníci kolektivistických kultúr sa dokážu rovnako empaticky správať i k členom out-group. Lebra však tvrdí, že v Japonsku je empatické správanie sa prejavované i v interakcii s cudzincami a dokonca práve v sťaženej komunikácii s cudzincami je mobilizované do maximálnej miery (Lebra 1976).

5.4 *Sašši* 察し a *išin-denšin* 威信/電信

Japonský model komunikácie možno bližšie charakterizovať na základe niekoľkých termínov. Prvým z nich je *sašši* 察し. Podstatné

meno *sašši* 察し je odvodené od slovesa *sassuru* 察する – hádať, predpokladať, vnímať, chápať, súcitiť, predstavovať si, atď. Niekedy sa o *sašši* 察し hovorí ako o telepatii, schopnosti čítať myšlienky druhých ešte skôr, než ich vyslovia, empatickom vcítení sa do pocitov druhého, uhádnutí jeho želaní a túžob. Túto schopnosť možno prirodzene získať len vtedy, ak je jednotlivec vedený k citlivosti voči nepriamym (verbálnym) a neverbálnym signálom druhých, čiže jeho socializácia prebieha v kultúre, ktorá takúto vnímavosť podporuje. V japonskom kontexte je schopnosť *sašši* 察し kľúčovým predpokladom k tomu, aby bol jednotlivec vnímaný ako sociálne zrelý.

Gudykunst tvrdí, že v medziľudských vzťahoch sa Japonci usilujú o „perfektné vzájomné porozumenie“, ktoré im umožňujú „interakčné rituály“ sprevádzajúce všetky štádiá osobného vzťahu (neverbálne signály ako pohyby, tón hlasu, úsmev, očný kontakt) (Gudykunst 1993: 155). *Sašši* 察し je podľa neho schopnosť zachytiť tieto signály. Poukazuje na súvislosť medzi Japonskom ako vysoko-kontextovou kultúrou a fenoménom *sašši* 察し ako jedným z predpokladov efektívnej komunikácie.

Nemožno tvrdiť, že bez schopnosti *sašši* 察し (ktorá nám ako cudzincom prirodzene chýba) nedokážeme v japončine komunikovať. Je však pravdepodobné, že mnohé z toho, čo nebolo explicitne vypovedané, nám uniká a zostávame akoby „mimo hru“. Preto je nevyhnutné posilniť vnímavosť k tomuto spôsobu komunikácie. Podľa Bennetta je štýl komunikácie založený na schopnosti predvídať reakcie a správanie sa druhých možný vďaka homogénnemu zloženiu japonskej spoločnosti. Celá kultúra tak zdieľa podobné hodnoty a spôsob komunikácie a jej členovia sa môžu spoľahnúť na neverbálne signály a intuitívnu komunikáciu, ktorá sa zvyčajne rozvinie medzi ľuďmi s dlhotrvajúcimi blízkymi vzťahmi (Bennett 1998).

S termínom *sašši* 察し súvisí i ďalší termín – *išin-densin* 威信/電信. Podľa slovníka je to priama (nesprostredkovaná) komunikácia medzi myšliami, prenos myšlienok alebo telepatia. Tendencia Japoncov byť mlčanliví je ovplyvnená konceptom *išin-densin* 威信/電信, čiže komunikáciou pomocou myšlienok bez použitia jazyka (Gudykunst – Matsumoto 1996). Lebra používa preklad „tichá komunikácia“ a zdôrazňuje, že ide o intuitívne pochopenie myšlienok druhého. Hoci je

Kultúrne koncepty na báze individualizmu – kolektivismu ovplyvňujúce spôsob komunikácie v Japonsku (2. časť)

to prejav intímneho správania sa, nie je obmedzený na intímne vzťahy, a k podobnej „telepatii“ môže dôjsť aj medzi predavačom a zákazníkom (Lebra 1976: 115).

Preklad „tichá komunikácia“ poukazuje na úlohu ticha v japonskej komunikácii a sklon Japoncov k potláčaniu významu verbálnej komunikácie. Triandis nachádza priamu súvislosť medzi úlohou ticha a kolektivistickou orientáciou japonskej kultúry – jednotlivec je akceptovaným príslušníkom niekoľkých (málo) skupín a nemá potrebu svoju príslušnosť neustále dokazovať a bojovať o ňu. Naopak, individualisti sa snažia dosiahnuť prijatie do mnohých skupín, majú potrebu mať situáciu pod kontrolou, a preto viac rozprávajú (Gudykunst – Nishida 1994). Treba zdôrazniť, že ticho má v japonskej komunikácii rôzne úlohy a významy, ktoré je nutné citlivo rozlišovať. Ak odhliadneme od individuálnych rozdielov, vo všeobecnosti možno povedať, že pre mlčanlivosť v in-group a out-group platia podobné pravidlá ako v iných kultúrach (zväčša viac rozprávame medzi blízkymi).³

5.5 Enrjo 遠慮

Pojmom *enrjo* 遠慮 sa v japončine označuje odstup, zdržanlivosť, skromnosť, váhanie. Z hľadiska sociálneho správania je to zdržanlivé správanie. Je výsledkom „... potláčania individuality tlakom skupinovej solidarity a konformity, empatického ohľadu na potreby a pohodlie druhého, snahy vyhnúť sa vlastným rozpakom a želania zachovať si slobodu tak, aby sme sa vyhli sociálnej zaangažovanosti bez ublíženia druhému“ (Lebra 1976: 252). Peaková považuje *enrjo* 遠慮 v podobe pozornej a zdržanlivej seba-prezentácie za základ skupinového života v Japonsku (Peak 2001).

K *enrjo* 遠慮 za určitých okolností pristúpi ten, kto sa empaticky snaží o naplnenie potrieb príslušníka skupiny, aj ten, kto je prijímateľom pomoci, pozvania, daru a pod. Sociálne vyspelý jednotlivec musí dokázať vycítiť, kedy by jeho správanie a snaha vyhovieť mohli byť druhej strane na obtiaž (*meiwaku* 迷惑 – obtiaž je frekventovaným vý-

³ Viac o význame ticha v komunikácii pozri Gudykunst – Nishida 1994; Ružičková 1997.

razom v japončine), spôsobiť nepríjemné pocity a vtedy sa stiahnuť do úzadia. Rovnako je slušné ukázať váhavosť pri prijímaní či odmietnutí ponuky. Zachová sa tak tvár subjektu i druhého a nie je narušená harmónia. Ďalšou z funkcií *enryo* 遠慮 je vyhnutie sa vyjadreniu nesúhlasu, skutočného názoru, želania alebo námietky a odolanie tlaku skupiny na prispôsobenie sa.

Schopnosti, kedy prejavíť *enryo* 遠慮 a kedy je povolené *amae* 甘え, sa učia japonské deti v ranom veku. Východiskom tohto rozlišovania je schopnosť oddeliť in-group a out-group, pretože *amae* 甘え je prijateľné v prostredí in-group čiže *uchi* うち a *enryo* 遠慮 sa vyžaduje najmä pri interakciách s out-group čiže *soto* そと.

5.6 *Amae* 甘え

Amae 甘え je koncept, ku ktorého objasneniu prispel najmä japonský psychiater Takeo Doi svojou knihou „Anatómia závislosti“ (Doi 1981). *Amae* 甘え je podstatné meno odvodené od slovesa *amaeru* 甘える – závisieť na niekom a spoliehať sa na jeho zhovievavosť. Pôvodne opisuje potrebu závislosti a túžbu byť milovaný vo vzťahu dieťaťa voči rodičom, najčastejšie matke. V Japonsku však trvá až do dospelosti a na základe tejto potreby si Japonci budujú medziľudské vzťahy. *Amae* 甘え opisuje vzťah dvoch dospelých ľudí (manžel a manželka, podriadený a jeho šéf, lekár a pacient a pod.) založený na základnej túžbe dospelého človeka dôverovať niekomu, môcť sa spoľahnúť na jeho zhovievavosť, psychologicky minimalizovať vzdialenosť medzi sebou a ním, byť uvoľnený a pod. Vyskytuje sa vo všetkých vzťahoch v japonskej spoločnosti, prejavuje sa iba v rámci in-group. Ak sa Japonec nemôže spoľahnúť na zhovievavosť iných (voči svojim nedostatkom a chybám) a na vzájomný vzťah závislosti, vyvoláva to frustrujúce pocity, že nie je ostatnými akceptovaný alebo obavy z vylúčenia či oddelenia (Doi 1988).

Jedinečnosť tohto fenoménu v japonskej spoločnosti by nemala byť preceňovaná, nakoniec, Doi sám tvrdí, že je to psychologický jav vlastný celému ľudstvu (Doi 1981). Argumentuje, že na Západe sa na emocionálnu závislosť pozerajú vždy skôr s dešpektom, pretože pa-

Kultúrne koncepty na báze individualizmu – kolektivismu ovplyvňujúce spôsob komunikácie v Japonsku (2. časť)

sívna láska (byť objektom lásky) sa spája s pocitom vďaky a pocit vďaky sa mieša s pocitom hanby. Závislosť je tam mimo spoločensky prijateľných noriem, preto *amae* 甘え nie je rozvinuté, napriek tomu však existuje v iných formách (láska, túžba). Toto tvrdenie možno vidieť v kontexte nášho objasnenia nezávislého a vzájomne závislého subjektu. Zaujímavá je však neexistencia podobných výrazov v iných jazykoch a šírka slovníka v japonskom jazyku viažuca sa k tomuto javu, čo by mohlo vypovedať o jeho kľúčovej úlohe pri pochopení japonskej psychiky.

5.7 *Ura-omote* 裏/表 a *honne/tatema* 本音/建前

Ura/omote 裏/表 (v preklade vpredu a vzadu) je ďalším dvojstranným fenoménom v japonskom správaní. Súvisí s prejavovaním emócií v rôznych sociálnych situáciách. Každý jednotlivec má právo na emócie, ktoré možno v danej chvíli nie sú akceptovateľné pre okolitý svet. Kultúrne pravidlá prejavovania emócií definujú túto mieru akceptovateľnosti, na základe ktorej jednotlivec svoje emócie verejne (ne)prejavuje. Japonsko patrí ku kultúram charakteristickým pomerne zdržanlivým vyjadrovaním emócií, najmä v situáciách, kedy by narušili harmóniu v skupine alebo niekomu spôsobili stratu tváre. *Ura* 裏 reprezentuje vnútro – emócie, ktoré skutočne cítime, *omote* 表 je to, čo vidno navonok – prijateľná fasáda.

Ura/omote 裏/表 má svoje vyjadrenie aj v komunikácii. V kolektivistických kultúrach je neprijateľné, aby najmä v počiatkových štádiách interakcie alebo v *uchi/soto* うち/そと situácii jednotlivec vyjadroval svoje skutočné pocity a názory (*uchi* うち). *Honne-tatema* 本音/建前 patria medzi komunikačné stratégie vychádzajúce z rozlíšenia *uchi* うち a *soto* そと. Podobne ako koncept *wa* 和 sú „integrálnou súčasťou hodnotového systému postaveného na kolektivizme“ (McDaniel – Quasha 2000: 317). Cieľom ich využitia je zachovanie tváre a sociálnej harmónie.

Honne 本音 a *tatema* 建前 sa prejavujú na verbálnej i neverbálnej úrovni. Podobne ako *uchi* うち a *soto* そと sú to dve strany jednej mince. *Honne* 本音 je určené pre *uchi* うち situácie, sú to skutočné názory,

úmysly a pocity, ktorých voľnému vyjadreniu sa jednotlivec zväčša vyhýba. *Tatemaes* 建前 je konanie alebo vyjadrovanie svojich názorov, pocitov a zámerov takým spôsobom, aby boli prijateľné a nevyvolali konflikt alebo konfrontáciu, čiže očakávaným a predpísaným spôsobom v danej situácii. Iwao a Triandis nazývajú dichotómiu *honnes* 本音 a *tatemaes* 建前 tiež verejným a súkromným subjektom (public self a private self) alebo seba-prezentáciou a seba-definíciou (Iwao – Triandis 1993).

Japonci využívajú rôzne stratégie nepriamej alebo ritualizovanej komunikácie, niekedy možno hovoriť o využití klamstva v prospech harmónie. *Tatemaes* 建前 patrí k *soto* そと situáciám, niekedy sa nazýva i verejné správanie. Podľa Mičkovej je to iba forma (ako je niečo vypovedané), ktorá je však vnímaná ako dôležitejšia než obsah (vypovedaného) (Mičková 2003). Stretáme sa s ním pri ospravedlneniach (výhovorkách), pochvalách, odmietnutiach alebo tzv. seba-uskromňovaní. Jeho cieľom je predovšetkým zachovanie tváre. Veľmi typické sú pre prostredie biznisu, politiky alebo diplomacie, kedy je vhodné naznačiť, že v danej záležitosti sa urobí, čo sa bude dať. V skutočnosti však zúčastnená osoba nemá v úmysle urobiť nič, resp. s vývojom situácie vôbec nesúhlasí.⁴

Tatemaes 建前 úzko súvisí s konceptom tváre, so snahou zachovať harmóniu v skupine, a preto je jeho existencia v japonskej kultúre prirodzená. Jeho využitie je prijateľné a očakáva sa, nemožno ho odsudzovať ako niečo nemorálne. „Použitie *tatemaes* je v modernej japonskej spoločnosti považované za cnosť“ (McDaniel & Quasha 2000: 317).

6. Japonsko ako vysoko-kontextová kultúra

Pre pochopenie toho, ako Japonci komunikujú, je nevyhnutné objasnenie Hallovej schémy vysoko- a nízko-kontextových kultúr. Japonsko sa podľa nej radí k vysoko-kontextovým kultúram.⁵ Základným

⁴ Viac o *honnes* a *tatemaes* a súhrn konkrétnych fráz v japončine napríklad v Sokolová 1999

⁵ Podrobnejšie o vysoko-kontextových a nízko-kontextových kultúrach pozri Hall 1976.

Kultúrne koncepty na báze individualizmu – kolektivismu ovplyvňujúce spôsob komunikácie v Japonsku (2. časť)

rozdielom medzi vysoko- a nízko-kontextovými kultúrami je miera, do akej je komunikovaná informácia vyjadrená explicitne, priamo, verbálne. Vo vysoko-kontextových kultúrach je táto miera veľmi nízka, jadro informácie je vo fyzickom kontexte (veľký podiel neverbálnych signálov a vysoká miera citlivosti voči nim). Typická je tiež nepriamosť vo vyjadrovaní, nejasné vyjadrenia, široké popisovanie okolností bez toho, aby bola vypovedaná podstata, zdržanlivosť, formálnosť, tzv. špirálová logika, možný nesúlad medzi tým, čo je vypovedané a skutočnými pocitmi. Veľký význam v komunikácii má ticho.

Gudykunst a Ting-Toomey objasnili vzťah medzi kultúrnou dimenziou individualizmu – kolektivismu a vysoko- a nízko-kontextovými kultúrami. Zistili, že vysoko-kontextová komunikácia je typická skôr pre kolektivistické kultúry a nízko-kontextový typ komunikácie možno nájsť skôr v individualistických kultúrach (Gudykunst – Nishida 1994). Dôraz na harmónii, budovaní a udržiavaní medziľudských vzťahov a význame skupiny v živote jednotlivca, rovnako ako existencia fenoménov ako *sašši* 察し alebo *išin-denšin* 威信/電信 v japonskej kultúre len potvrdzujú tento názor.

V interakcii medzi dvoma osobami sa vysoko-kontextovosť prejavuje vo význame roly poslucháča – je aktívnou súčasťou interakcie a rovnocenným partnerom hovoriaceho, pretože jeho úlohou je pochopiť nevypovedané a primerane reagovať. Inými slovami, záťaž komunikácie, dorozumenia sa, je rovnomerne rozložená na všetkých účastníkov komunikácie. Tu prichádza na rad schopnosť empatie a *išin-denšin* 威信/電信, resp. *sašši* 察し, o ktorých sme už hovorili. Hovoriaci tieto schopnosti u poslucháča prirodzene očakáva a ich nedostatočné ovládanie (osvojenie) je vážnou prekážkou harmonickej komunikácie.

V kolektivistických a vysoko-kontextových kultúrach sa nehovorí otvorene o pocitoch, túžbach, nevyjadruje sa priamo úmysel. Je úlohou poslucháča, aby tieto informácie získal z toho, čo bolo (ne)vypovedané, naznačené. Rovnako sa nehovorí o osobných záležitostiach, pretože tie sú pre vytváranie vzťahov druhoradé a nemožno na ich základe predvídať správanie sa druhej osoby. Očakáva sa istá miera rezervovanosti (*enrjo* 遠慮) a schopnosť vycítiť, kedy je vhodné stiahnuť sa do úzadia. Ide o vedomú a aktívnu činnosť.

Záver a otázky pre budúci výskum

Skúsenosti z výučby medzikultúrnej komunikácie a z diskusií o skúsenostiach študentov s komunikáciou s Japoncami ukázali, že niekedy správanie a reakcie Japoncov nie sú pre študentov natoľko nepochopiteľné, aby sa v danej situácii nedokázali prispôbiť. Často si vedía príčiny takého správania odvodiť aj z našej slovenskej kultúry, zdajú sa im podobné a zrozumiteľné. Preto ani cvičenia prebrané z odbornej literatúry (najmä anglosaského pôvodu) v našich podmienkach nefungovali vždy efektívne – poukazovali totiž na javy, ktoré našej kultúre nie sú cudzie.

Hoci to nebola súčasť žiadnej výskumnej hypotézy, priviedli nás tieto skúsenosti k otázke, prečo niektoré cvičenia v našich podmienkach nie sú účinné a teda ani použiteľné? Možnou odpoveďou je, že nereflektujú relevantné kultúrne odlišnosti medzi Slovenskom a Japonskom. Nenapĺňajú teda ani potreby slovenských študentov v medzikultúrnom tréningu. Použitím podobných cvičení teda nedosiahneme cieľ, ktorý sme si v rámci medzikultúrnej prípravy stanovili – zvýšiť mieru medzikultúrnej citlivosti našich poslucháčov, aby dokázali efektívne komunikovať v interakciách s príslušníkmi iných kultúr.

Veľká časť medzikultúrnej prípravy na našom pracovisku sa sústreďuje na japonskú kultúru. Preto je špecifikácia potenciálne problematických oblastí komunikácie s Japoncami pre slovenských študentov dôležitou fázou práce na medzikultúrnej príprave. Nedostatok literatúry na našom trhu nás viedol k predbežnému zhrnutiu poznatkov v tejto oblasti, pričom sme vychádzali z odbornej literatúry prevažne anglosaského pôvodu, ktorá je ich najbohatším zdrojom.

Napriek mnohým spochybneniam sa odborníci prikláňajú k použitiu termínu kolektivismus v súvislosti s charakteristikou japonskej kultúry. V našej práci ponúkame stručné zhrnutie výsledkov jeho výskumu, aby sme ozrejmili niektoré základné rysy japonského spôsobu komunikácie, ktoré z kolektivistického povahy japonskej kultúry pramenia. Pôsobením ďalších faktorov (historické, geografické, demografické, atď.) tento spôsob komunikácie nadobudol svoju osobitú podobu. Odzrkadľuje sa napríklad v japonskom jazyku, v ktorom existujú termíny označujúce rôzne aspekty a javy japonského štýlu komunikácie, ale v iných

Kultúrne koncepty na báze individualizmu – kolektivismu ovplyvňujúce spôsob komunikácie v Japonsku (2. časť)

jazykoch pre ne nenájdeme ekvivalent. Táto skutočnosť dokazuje, že je potrebné sa nimi zaoberať, aby sme pochopili podstatu jedinečnosti komunikácie v Japonsku.

Medzi psychologické aspekty komunikácie v Japonsku zaradujeme koncept tváre a schopnosť empatie. Ich osvojenie si v procese socializácie uspôsobuje jednotlivca komunikovať očakávaným a prijateľným spôsobom. Majú nezastupiteľnú úlohu v japonskej kultúre, v ktorej je komunikácia primárne určená na vytvorenie a udržanie medziludských vzťahov, a až sekundárne na výmenu informácií. Medzi oboma konceptmi nachádzame úzku súvislosť, pretože empatické vnímanie potrieb druhej osoby vedie napríklad k využitiu primeranej stratégie na záchranu tváre. Fenomény *sašši* 察し a *išin-densin* 威信/電信 sú ako by vyššou formou empatie, tzv. telepatickou komunikáciou alebo čítaním myšlienok. Napriek zdanlivému zveličeniu dispozície Japoncov pre komunikáciu pripisujúcemu im priam nadprirodzené schopnosti je úloha vnímavého poslucháča reagujúceho na najjemnejšie nuansy verbálnych a neverbálnych signálov mimoriadne dôležitá.

Všetky japonské termíny, ktorými sme pokračovali, majú v japonskom štýle komunikácie nezastupiteľnú funkciu a dotýkajú sa stále podstaty komunikácie – ohľadu na druhého, na partnera a na vzájomný vzťah. Rozlišovanie medzi in-group a out-group, čiže medzi *uchi* うち a *soto* そと situáciami núti jednotlivca modifikovať svoje správanie od zdržanlivého odstupe *enryo* 遠慮 k uvoľnenej intimitate *amae* 甘え. Významnými komunikačnými stratégiami, ktoré tiež súvisia s rozdielom medzi *uchi/soto* うち/そと, sú *honne/tatema* 本音/建前. *Wa* 和 predstavujúce všadeprítomnú potrebu harmónie je zastrešujúcim termínom pre ciele, ktoré Japonci v komunikácii (okrem iného) sledujú.

Ako celok bola japonská komunikácia označená ako vysoko-kontextová. Tento termín zahŕňa všetky spomínané koncepty. Hoci sme sa venovali ich teoretickému popisu, sú prítomné v každodenných interakciách medzi Japoncami alebo Japoncami a cudzincami. Pri výučbe japonského jazyka sa s nimi stretávajú i slovenskí študenti a považujeme za dôležité, aby na ne boli upozornení. Cesta k ich vnímaniu a osvojeniu je dlhá, ale schopnosť postrehnúť ich v komunikácii je cennou medzikultúrnou skúsenosťou.

Z nášho textu vyplýva niekoľko dôležitých úloh pre budúci vý-

skum. Sme si vedomí, že prácou s anglosaskou literatúrou sme si vytvorili rámec, ktorý celkom nezodpovedá slovenskej kultúre. Termíny, ktoré vymedzili odborníci v zahraničí, môžu napríklad pre amerického študenta predstavovať potenciálnu bariéru v komunikácii, ale slovenský študent ich bude vnímať ako prirodzenú súčasť komunikácie. Zhrnutie japonských kultúrnych konceptov bude teda východiskom pre skúmanie, do akej miery predstavujú komunikačnú prekážku na Slovensku. Len na základe týchto zistení sme schopní vytvoriť efektívny program medzikultúrnej prípravy.

Literatúra

- BENNETT, Milton, J. (1998): „Intercultural Communication: A Current Perspective.“ In: Bennett, Milton J., ed.: *Basic Concepts of Intercultural Communication*. London : Intercultural Press, s. 1-34.
- DOI, Takeo (1981): *The Anatomy of Dependence. The Key Analysis of Japanese Behavior*. Tókió : Kodansha International Ltd.
- DOI, L. Takeo (1988): „*Amae*: A Key Concept for Understanding Japanese Personality Structure.“ In: Lebra, T. S. – Lebra W., ed.: *Japanese Culture and Behavior. Selected Readings*. Honolulu : University of Hawaii Press, s. 121-129.
- DOI, Takeo (2001): *The Anatomy of Self. The Individual versus Society*. Tókió: Kodansha International Ltd.
- HALL, Edward T. (1976): *Beyond Culture*. New York : Doubleday.
- HENDRY, Joy (2003): *Understanding Japanese Society*. London : Routledge.
- HOFSTEDÉ, Geert (1994): *Cultures and Organizations. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. Software of the Mind*. London : HarperCollinsBusiness.
- GUDYKUNST, William B. (1993): *Communication in Japan and the United States*. New York : State University of New York.
- GUDYKUNST, William B. – NISHIDA, Tsukasa (1994): *Bridging Japanese/North American Differences*. London : Sage Publications.
- GUDYKUNST, William B. – MATSUMOTO, Yuko (1996): „Cross-Cultural Variability of Communication in Personal Relationships.“ In: Gudykunst, W. B. – Ting-Toomey, S. – Nishida, T., ed.: *Communication in Personal Relationships Across Cultures*. London : Sage Publications, s. 19-57.

Kulturné koncepty na báze individualizmu – kolektivismu ovplyvňujúce spôsob komunikácie v Japonsku (2. časť)

- IWAO, Sumiko – TRIANDIS, Harry C. (1993): „Validity of Auto- and Heterostereotypes among Japanese and American Students.“ *Journal of Cross-Cultural Psychology*, roč. 24, č. 4, s. 428-444.
- KIM, Young Y. (2000): „Intercultural Personhood: An Integration of Eastern and Western Perspectives.“ In Samovar, L. A. – Porter, R. E., ed.: *Intercultural Communication. A Reader*. London : Wadsworth Publishing Company, s. 431-443.
- LEBRA Takie S. (1976): *Japanese Patterns of Behavior*. Honolulu : University of Hawaii Press.
- LEBRA, Takie S. (1986): „Compensative Justice and Moral Investment among Japanese, Chinese, and Koreans.“ In: Lebra, T. S. – Lebra, W., ed.: *Japanese Culture and Behavior. Selected Readings*. Honolulu : University of Hawaii Press, s. 43-61.
- MARHOULOVÁ, Dana (1989): *Japonské systémy řízení*. Praha : Nakladatelství Svoboda.
- MATSUMOTO, David (1996): *Unmasking Japan. Myths and Realities about the Emotions of the Japanese*. Stanford : Stanford University Press.
- McDANIEL, Edwin R. (2000): „Japanese Nonverbal Communication: A Reflection of Cultural Themes.“ In: Samovar, L. A. – Porter, R. E., ed.: *Intercultural Communication. A Reader*. London : Wadsworth Publishing Company, s. 270-279.
- McDANIEL, Edwin R. – QUASHA, Steve (2000): „The Communicative Aspects of Doing Business in Japan.“ In: Samovar, L. A. – Porter, R. E., ed.: *Intercultural Communication. A Reader*. London : Wadsworth Publishing Company, s. 312-324.
- MIČKOVÁ, Ľubica (2003): „The Japanese Indirectness Phenomenon.“ *Asian and African Studies*, roč. 12, č. 2, s. 135-147.
- MULLAVEY-O'BYRNE, Colleen (1994): „Empathy in Cross-Cultural Communication.“ In: Brislin, R. W. – Yoshida, T., ed.: *Improving Intercultural Interactions: Modules for Cross-cultural Training Programs*. Thousand Oaks : Sage Publications, s. 205-220.
- PEAK, Lois (2001): „Learning to Become Part of the Group. The Japanese Child's Transition to Preschool Life.“ In: Shimizu, H. – Levine, R. A., ed.: *Japanese Frames of Mind. Cultural Perspectives on Human Development*. Cambridge : Cambridge University Press, s. 143-169.
- RUŽIČKOVÁ, Eva (1997): „Silence in the Context of Verbal Communication.“ *Bulletin, Journal of the Department of English and American Studies*, roč. 7, s. 11-21.

Studia Orientalia Slovaca, Vol. VIII (2009)

- SOKOLOVÁ, Lúbia (1999): *Understanding the Japanese Way of Thinking and Behaviour Through the Honne and Tatemaie Phenomenon* (diploma work). Bratislava.
- TING-TOOMEY, Stella (1988): „Intercultural Conflict Styles. A Face-Negotiation Theory.“ In Kim, Y. Y. – Gudykunst, W. B., ed.: *Theories in Intercultural Communication*. London : Sage Publications, s. 213-235.
- TING-TOOMEY, Stella (2000): „Managing Intercultural Conflicts Effectively.“ In: Samovar, L. A. – Porter, R. E., ed.: *Intercultural Communication. A Reader*. London : Wadsworth Publishing Company, s. 388-400.

Cultural Concepts Based on Individualism – Collectivism Influencing the Communication Style in Japan (part 2)**S u m m a r y**

Intercultural training has been approved to be an effective method for improving intercultural sensitiveness. Once the target group of the training has been defined (Slovak students in our case), it is inevitable to identify the problematic areas in acquiring communication skills on which the training is focused. We summarize and analyze those cultural concepts of the Japanese culture that influence their communication style and may represent potential problems in communication for Slovak students. All of the introduced concepts and terms are described through the individualism – collectivism framework that determines the style of communication in every culture. Then we identify the specifics of the Japanese way of communication that has been proved to be influenced by collectivism. Those are *wa*, the concept of face, empathy, *sasshi*, *ishin-denshin*, *enryo*, *amae*, *ura/omote* and *honne/tatemaie*. Finally, we describe Japan as a high-context culture. We offer the summary of these concepts as they were defined in Western cultures and consider it a basis for our future research in which we aim to prove whether these terms are relevant in our cultural context.

