

UNIVERZITET U BEOGRADU - FILOLOŠKI FAKULTET

MARIJA V. MARKOVIĆ

**ENRYO U JAPANSKOJ KULTURI  
SA POSEBNIM OSVRTOM  
NA NEVERBALNU KOMUNIKACIJU**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Beograd, 2019. godine

UNIVERSITY OF BELGRADE - FACULTY OF PHILOLOGY

MARIJA V. MARKOVIĆ

**ENRYO IN JAPANESE CULTURE  
WITH SPECIAL FOCUS ON  
NON-VERBAL COMMUNICATION**

DOCTORAL DISSERTATION

Belgrade, 2019

УНИВЕРСИТЕТ В БЕЛГРАДЕ - ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

МАРИЯ В. МАРКОВИЧ

**ЭНРИО В ЯПОНСКОЙ КУЛЬТУРЕ  
С ОСОБЫМ ВНИМАНИЕМ  
К НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОМУНИКАЦИИ**

ДОКТОРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Белград, 2019. г

Podaci o mentoru i članovima komisije:

Mentor: prof. dr Ljiljana Marković, Katedra za Orijentalistiku, Filološki fakultet Univerziteta u Beogradu

Članovi komisije:

Datum odbrane:

# Enryo u japanskoj kulturi sa posebnim osvrtom na neverbalnu komunikaciju

## Rezime

Ovo istraživanje ima za cilj da utvrdi šta je i kako se u ponašanju Japanaca, a pre svega u neverbalnoj komunikaciji, ispoljava japanska kulturna osobenost pod nazivom *enryo*, koji podrazumeva svesno ili polusvesno, svojevoljno ili čak nametnuto uzdržavanje od pokazivanja sopstvenih želja, stavova, emocija ili mišljenja, kao i verbalnih i neverbalnih reakcija, iz potrebe da sebi ili drugima ne prouzrokuje neprijatnost, da neko ne bude povređen, kao i da sami sačuvamo "ugled". Prisutan je kako u verbalnoj, tako i u neverbalnoj komunikaciji. Tipične manifestacije *enryo* u neverbalnoj komunikaciji su naklon, odsustvo dodira, ograničenost pokreta pri sedenju i izbegavanje direktnog pogleda, kao i sakrivanju sopstvenih želja i potreba. Razlozi za postojanje *enryo* su vezanost za grupu kojoj pojedinac pripada (koja je kroz istoriju menjala formu od zemljoradničke zajednice do kompanije) kao i usmerenost na drugu osobu i *omoiyari* - težnje da se naslute nečije potrebe zbog koje pojedinac često potiskuje sopstvene želje u drugi plan.

U ovom istraživanju polazna hipoteza bila je da *enryo* ima važno mesto u sistemu vrednosti, a samim tim utiče i na način razmišljanja i ponašanje Japanaca, pa se tako ispoljava i u neverbalnoj komunikaciji. *Enryo* kao obeležje neverbalne komunikacije direktno utiče na odsustvo dodira, udaljenost između sagovornika, neizražavanje potreba i želja (neverbalno, ali i verbalno), ustručavanje u jelu i piću, uzdržavanje od gledanja u druge ljude, i slično.

Anketa koju smo sproveli pokazala je da *enryo* i dalje postoji kao bitan element japanske kulture, ali smo uvideli da se u nekim sferama neverbalne komunikacije *enryo* kod Japanaca smanjuje. Ovo je naročito karakteristično za *enryo* u jelu i piću, ispunjavanju potreba ili direktnom gledanju u nekoga. Sa druge strane, rezultati naše ankete ukazuju na to da će odsustvo dodira između sagovornika pri razgovoru i pozdravu ostati karakteristika neverbalne komunikacije u Japanu i u budućnosti.

**Ključne reči:** *enryo*, japanska kultura, neverbalna komunikacija, *omoiyari*, uticaj grupe, naklon, odsustvo dodira

**Naučna oblast:** japanologija

**Uža naučna oblast:** japanska kultura

**UDK broj:**

# Enryo in Japanese Culture With Special Focus on Non-Verbal Communication

## Abstract

The aim of this paper is to establish how *enryo*, an important value of the Japanese culture, is manifested in the behavior of Japanese people and, in particular, in their non-verbal communication. Enryo is conscious or semi-conscious refraining from expressing one's wishes, emotions or opinions, verbal and non-verbal reactions, in order to avoid embarrassing or hurting someone, or to save one's face. Enryo exists in both verbal and non-verbal communication. Typical manifestations of enryo in non-verbal communication are the bow, the absence of touch, limited movement while sitting, the lack of direct eye contact, and hiding one's wishes and needs. Enryo stems from group consciousness (although the form of the group changed throughout history from an agricultural union to a company), orientation to another person and *omoiyari* - trying to guess someone else's need which makes one suppress their own.

Our initial hypothesis was that enryo has an important place in the set of values of the Japanese, which influences their thinking and behavior, including non-verbal communication. Enryo is a characteristic of non-verbal communication which causes the absence of touch, distance between people, not expressing one's needs and wishes (non-verbal as well as verbal), restraining in eating, drinking and making eye contact, and alike.

The survey we have conducted has shown that enryo is still an important part of the Japanese culture. However, in some areas of non-verbal communication, enryo is becoming less and less prominent. This is especially true of eating and drinking, fulfilling one's needs, and direct eye contact. On the other hand, the results of our survey have shown that the absence of touch in greeting and communication will likely remain a part of non-verbal communication in Japan in the future.

**Keywords:** enryo, Japanese culture, non-verbal communication, *omoiyari*, group, bow, absence of touch

**Field of study:** Japanese studies

**Subfield:** Japanese culture

**UDC:**

# SADRŽAJ

|   |    |
|---|----|
| 1. UVOD .....   | 1  |
| 1.1. HIPOTEZE .....   | 5  |
| 1.2. METOD ISTRAŽIVANJA .....   | 6  |
| 1.3 OSVRT NA LITERATURU .....   | 7  |
| 2. ENRYO .....  | 9  |
| 2.1. PROBLEM PREVODA NA DRUGE JEZIKE .....  | 9  |
| 2.3.1. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA .....  | 17 |
| OSUSTVO DODIRA .....  | 17 |
| NAKLON .....  | 20 |
| TRADICIONALNO SEDENJE NA PODU U JAPANU .....  | 30 |
| PROTOKOL SEDENJA U JAPANU .....   | 36 |
| ENRYO U DRUGIM OBLICIMA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE .....                                 | 38 |
| 2.3.2. JAPANSKI JEZIK .....   | 39 |
| 3. RAZLOZI ZA POSTOJANJE ENRYO .....  | 40 |
| 3.1. PRIPADNOST GRUPI .....   | 40 |
| 3.2. USMERENOST NA DRUGOGA I POTISKIVANJE INDIVIDUALNOSTI .....                       | 45 |
| 3.3. WA .....   | 47 |
| 3.3. POJAM OMOIYARI I NJEGOV ZNAČAJ U JAPANSKOJ KULTURI .....                         | 53 |
| ODRŽAVANJE SLOGE .....  | 61 |
| UGAĐANJE DRUGOM .....   | 62 |
| SENTIMENTALNA OSETLJIVOST .....   | 63 |
| EFEKAT OGLEDALA .....   | 64 |
| INTUITIVNA KOMUNIKACIJA .....   | 64 |
| KRIVICA .....   | 65 |
| MANE OMOIYARI .....   | 65 |
| ISTRAŽIVANJE O ENRYO U NEVERBALNOJ KOMUNIKACIJI –<br>METOD, ANALIZA I ZAKLJUČCI ..... | 66 |
| 4.1. METOD ISTRAŽIVANJA .....   | 66 |
| 4.2. ANKETA .....   | 67 |
| 4.3. CILJ ISTRAŽIVANJA I PITANJA .....  | 67 |
| 4.3.1. STAROST I POL ISPITANIKA .....   | 69 |
| 4.3.2. PRIDEVI KOJI OPISUJU DOBRU OSOBU .....   | 71 |
| GRUPA DO 25 GODINA .....  | 73 |
| GRUPA OD 26 DO 35 GODINA .....  | 77 |

|  |     |
|--|-----|
| GRUPA OD 36 DO 45 GODINA.....  | 81  |
| GRUPA OD 46 DO 55 GODINA .....   | 84  |
| GRUPA OD 56 DO 65 GODINA.....  | 89  |
| GRUPA PREKO 66 GODINA.....   | 92  |
| NALAZI.....  | 94  |
| 4.3.3. ENRYO U NEVERBALNOM POKAZIVANJU POTREBE.....                          | 99  |
| ENRYO KADA SMO UMORNI .....  | 99  |
| ENRYO KADA POSTOJI MOGUĆNOST DA POKISNEMO .....                              | 102 |
| ENRYO KADA NAM JE HLADNO .....   | 104 |
| 4.3.4. ENRYO U POGLEDU .....   | 106 |
| 4.3.5. ENRYO U JELU I PIĆU .....   | 110 |
| U GOSTIMA KOD POZNANIKA .....  | 110 |
| U GOSTIMA KOD PRIJATELJA .....   | 112 |
| 4.3.6. ENRYO U KOMUNIKACIJI SA NEPOZNATIMA.....                              | 115 |
| POMOĆ NEPOZNATE OSOBE .....  | 115 |
| ENRYO U REAGOVANJU NA SMETNJU.....   | 118 |
| POMOĆ NEPOZNATOJ OSOBI.....  | 121 |
| 4.3.7. ENRYO U KOMUNIKACIJI SA BLISKIM OSOBAMA.....                          | 123 |
| ENRYO U POZDRAVLJANJU SA ČLANOVIMA PORODICE.....                             | 123 |
| ENRYO U KOMUNIKACIJI SA STARIM PRIJATELJEM<br>NA JAVNOM MESTU .....          | 126 |
| ENRYO U POKAZIVANJU EMOCIJA NA JAVNOM MESTU.....                             | 129 |
| 5. ZAKLJUČAK.....  | 132 |
| 5.1. POLAZNA HIPOTEZA I NALAZI.....  | 135 |
| LITERATURA.....  | 141 |
| DODACI .....   | 148 |
| ANKETA.....  | 148 |
| BIOGRAFIJA.....  | 152 |
| IZJAVA O AUTORSTVU .....   | 153 |
| IZJAVA O ISTOVETNOSTI ŠTAMPANE I ELEKTRONSKE<br>VERZIJE DOKTORSKOG RADA..... | 154 |
| IZJAVA O KORIŠĆENJU .....  | 155 |



## 1. UVOD

U ovom istraživanju nastojaćemo da utvrdimo šta je i kako se u ponašanju Japanaca, a pre svega u neverbalnoj komunikaciji, ispoljava japanska kulturna osobenost pod nazivom *enryo*. *Enryo* je važan element japanske kulture koji podrazumeva svesno ili polusvesno, svojevuljno ili čak nametnuto uzdržavanje od pokazivanja sopstvenih želja, stavova, emocija ili mišljenja, kao i verbalnih i neverbalnih reakcija, iz potrebe da sebi ili drugima ne prouzrokuje neprijatnost, da neko ne bude povređen, kao i da sačuvamo sopstveni ugled. *Enryo* je proizvod usmerenosti na drugoga, kao i potiskivanja individualnosti, a njegovi najčešći engleski prevodi su *reserve* i *restraint*.

U prvom delu rada ćemo najpre detaljno analizirati *enryo* na osnovu dosadašnjih istraživanja, kao i nekih sopstvenih zapažanja i zaključaka. Daćemo kratak pregled postojećih prevoda izraza *enryo* na engleski, kao i srpski jezik, a zatim ukazati na neke nijanse koje ovi prevodi ne sadrže, zbog čega smatramo da *enryo* kao kulturno obeležje ne postoji u identičnom obliku u drugim kulturama. Japansko-srpski rečnik Hirošija Jamasakija Vukelića navodi srpski prevod *ustručavanje*. Međutim, iako je *enryo* sličan srpskom *ustručavanju* u pogledu uzdržavanja od jela, pića i potreba, *enryo* se može odnositi i na neiskazivanje sopstvenog mišljenja ili izbegavanja da skrenemo pažnju na sebe, po čemu se bitno razlikuje od *ustručavanja*. Takođe, engleske reči *reserve* i *restraint* nisu dovoljne da sveobuhvatno predsave sva značenja pojma *enryo*. Budući da smatramo da prevodi ove reči koje možemo naći u rečnicima nisu dovoljni da bismo objasnili ovaj pojam onima koji do sada nisu bili u dodiru sa japanskom kulturom, nastojaćemo da definišemo sve aspekte *enryo*, kako bismo pružili dublji uvid u značenje i konotacije ovog pojma. Prikazaćemo kratak pregled literature na ovu temu, a zatim i osnovne elemente ove kulturne vrednosti na osnovu univerzalnog semantičkog metajezika, odnosno univerzalnih pojmova koje imaju svi jezici, čime ćemo dobiti precizniju definiciju *enryo*. Takođe ćemo navesti i neke idiome u kojima se javlja ova reč, a koji se često koriste u japanskom jeziku.

Zatim ćemo prikazati manifestacije *enryo* u japanskoj kulturi, pri čemu će posebna pažnja biti posvećena *enryo* u neverbalnoj komunikaciji. Pod neverbalnom komunikacijom podrazumevaćemo komunikaciju između ljudi koja može uključivati dodir (haptika), pokret ili gest (kineza), udaljenost između ljudi (proksemika), pogled, izraz lica (olfaktika), zvuk (parajezik) i slično, ali ne i govor. *Enryo* se u neverbalnoj komunikaciji manifestuje na različite načine, kao što su: odsustvo dodira i ostavljanje prostora drugoj, a naročito nepoznatoj, osobi, naklon, sedenje, izbegavanje direktnog gledanja u oči, ponašanje pri konzumaciji jela i pića i slično. Naročita pažnja biće posvećena sledećim osnovnim elementima japanske neverbalne komunikacije: naklonu, sedenju i izbegavanju direktnog gledanja u oči. Iako je naš prioritet neverbalna komunikacija, kratko ćemo se zadržati i na manifestacijama *enryo* u japanskom jeziku, koji je svakako elementarni deo japanske kulture.

Naklon je nesumnjivo jedan od najvažnijih elemenata neverbalne komunikacije u japanskoj kulturi, a predstavlja tradicionalni oblik pozdrava u mnogim azijskim zemljama. U Japanu se koristi pri upoznavanju, ali i izrazu zahvalnosti i izvinjenju. Opisaćemo vrste naklona koje se najčešće koriste - *eshaku*, *keirei* i *saikeirei*. Ove tri vrste naklona karakteriše različiti ugao tela pri klanjanju, kao i različite situacije u kojima se koriste. Detaljno ćemo obraditi razlike između ova tri oblika naklona. Daćemo i kratak pregled pravila klanjanja - kako izgleda ispravan naklon, u kojim situacijama se zahteva koja dubina naklona, i slično. Takođe ćemo prikazati razlike između muškog i ženskog naklona, kao i neke greške koje se često javljaju pri klanjanju.

Smatramo da je u ovom radu neophodno navesti i osnovne informacije o sedećem položaju, s obzirom na njegovu važnost u japanskoj kulturi, vezu sa *enryo* i uticaj na neverbalnu komunikaciju

u celini. Stoga ćemo predstaviti tipične oblike sedenja u Japanu. U ovoj dalekoistočnoj zemlji se još od davnina sedelo na podu ili *tatamiju*<sup>1</sup>. Doduše, danas prevladava moderan zapadnjački stil sedenja na stolici, koji je usvojen u peiodu Meidi. Međutim, Japanci još uvek skidaju cipele pre ulaska u kuću (Tazaki, 2012). Ovaj podatak jasno govori o dugoj tradiciji sedenja na podu. Cuneići Mijamoto kaže da su aristokrate i samuraji u Heian periodu sedeli opuštено u položaju *agura* (skrštenih nogu), na goljoj zemlji, a i za obične ljude koji su uglavnom imali zemljane kuće i šetali bosonogi, zemlja i tlo su bili uobičajeni mnogo više nego za današnjeg čoveka. Smatramo da je visok stepen *enryo* u pokretima tela u sedećem položaju upravo rezultat tradicionalnog načina sedenja. Naime, kako kaže Neustupni (Neustupny, 1987:140-141), sedenje na podu, koje ograničava pokret više nego sedenje na stolici, uticalo je na to da Japanci budu manje pokretljivi i krući čak i kada je sedenje na stolici postalo uobičajeno, a prekrštanje nogu se još uvek ne smatra najpristojnijim. Ovo gledište postaje jasnije kada imamo u vidu da tradicionalni sedeći položaj na petama u Japanu, *seiza* (“ispravno sedenje”), ne samo da ograničava pokret, već može biti i neprijatan, pa čak i bolan. Ovaj oblik sedenja ima dugu istoriju i datira još iz perioda Heian (Tazaki, 2012), iako do perioda Meidi za njega nije postojao naziv. Sa razvojem zen budizma i čajne ceremonije i *seiza* postaje bitan element japanske kulture i postaje sve rasprostranjeniji način sedenja. *Seiza* je takođe bio uobičajen položaj prilikom molitve, izraza poštovanja, kao i obedovanja, ali ovo nije položaj za relaksaciju (Tazaki, 2012). U periodu Edo položaj *seiza* je postao važan deo života, a u periodu Meidi vlast je čak i forsirala ovaj položaj kako bi se formirao nacionalni identitet i istakla osobenost i unificiranost japanske kulture. *Seiza* je položaj koji se zadržao do danas, ali mnogi Japanci ne mogu dugo da izdrže sedenje na petama i stoga sede u položaju *agura* ili *hiza-kakushi* (sedenje na podu nogu savijenih sa strane). Pored sedećih položaja, u radu će takođe biti prikazan i protokol sedenja od perioda Heian do danas, koji je takođe vezan za *enryo*.

U narednom delu govorićemo o manifestaciji *enryo* u nekim drugim oblicima neverbalne komunikacije, kao što je kontakt očima i izbegavanje direktnog gledanja u oči. Smatramo da je neophodno posvetiti pažnju komunikaciji očima, tome kako Japanci reaguju na direktni kontakt očima i koliko često nekoga gledaju u oči. Takođe ćemo se osvrnuti na *enryo* u jelu i piću, za koji smatramo da je i dalje postoji u japanskom društvu jer nisu retki Japanci koji ne vole da ih pitaju šta bi pojeli ili popili, ili kojima je to čak i neprijatno. Biće obrađeni i razlozi koji stoje iza ovakvog ponašanja.

Iako je u ovom radu naš prioritet neverbalna, a ne verbalna komunikacija, mišljenja smo da je neophodno predstaviti i neke osnovne karakteristike japanskog jezika, koji je često neraskidivo vezan za *enryo*. *Enryo* u japanskom jeziku ogleda se u relativno niskoj zastupljenosti ličnih zamenica. Naime, činjenica da se lična zamenica za prvo lice koristi daleko ređe nego u engleskom, pa i u srpskom jeziku<sup>2</sup> nesumnjivo govori o izvesnom stepenu *enryo*, jer je neminovno da osoba koja ne koristi zamenicu prvog lica jednine manje skreće pažnju na sebe nego neko ko to neprestano čini. Takođe, osvrnućemo se na učtivi govor *keigo* koji podrazumeva sijaset kako učtivih, tako i honorifičnih izraza, kao i posebnu leksiku u zavisnosti od razlike u hijerarhiji. Korišćenjem ovog govora neizostavno raste distanca između sagovornika, a s njom i stepen *enryo*.

Nakon pregleda nekih od najčešćih manifestacija *enryo*, prikazaćemo razloge za postojanje *enryo* u japanskom društvu - značaj i uticaj grupe u japanskom društvu, orijentaciju na drugoga, kao i *omoiyari*, još jednu osobenost ove azijske kulture koja se visoko ceni u društvu i neguje kod dece još od ranog detinjstva.

---

<sup>1</sup> Podna obloga od slame.

<sup>2</sup> Suzuki (1978), Marković (2012)

Jedna od bitnih karakteristika japanskog društva koja je imala snažan uticaj na prisustvo *enryo* u japanskoj kulturi je svakako pripadnost grupi. Tradicionalni sistem vrednosti pre Meiđi restauracije podrazumevao je da su, budući da u japanskom društvu nema transcendentálnih vrednosti poput Boga, vrednosti bile usmerene na održavanje i napredak grupe (Išida, 1989:4). Pored toga, neki autori smatraju da je japanski moral pre svega zasnovan na mišljenju okruženja (Benedict, 1973: 287-288) i da te takav način razmišljanja neguje od ranog detinjstva. Grupa je od vremena zemljoradničke zajednice bila najvažnija struktura japanskog društva. Članovi grupe naučili su da rade zajedno za vreme setve i žetve i još od tada su navikli na homogenu strukturu grupe, što je prouzrokovalo konformizam i prilagođavanje. Tradicionalni element društvene strukture postao je član grupe - konformista. Dakle, zbog uslova sredine, uzgoja pirinča u zajednici a na malom prostoru, Japanci su od davnina grupu u kojoj se nalaze smatrali veoma značajnom, i njihov sistem vrednosti je usmeren na prilagođavanje grupi. I nakon perioda Meiđi, sve dok je proizvodnja pirinča i dalje zapošljavala većinu stanovništva, ova struktura je preživela brze političke i društvene promene. Naravno, u ovakvoj društvenoj strukturi individualac je bio potisnut, a mišljenje manjina koje su u koliziji sa ustanovljenim željama grupe se zanemaruju (Išida, 1989:4). Befu navodi da se u japanskom društvu od članova grupe očekuje da se prilagode i sarađuju, kao i da izbegavaju otvoreni konflikt i takmičenja. Stoga je ponašanje je formalno kako bi se smanjili ili eliminisali konflikti i neprijatnosti. Ideal ovakvog društva su članovi koji podređuju lične interese ciljevima grupe i verni su im. (Befu, 1980: 170-171). Kao što vidimo, neizbežna pojava u ovakvom društvu je *enryo*.

Budući da je i u periodu nakon Drugog svetskog rata grupa i dalje uticala na snažno prisustvo *enryo* u japanskom društvu, u radu ćemo prikazati i organizaciju društva u ovom periodu. Činjenica da je grupa osnovna jedinica japanskog društva i da su mnoge kompanije nakon rata gradile naselja za svoje radnike (Nakane: 24-25) objašnjava zašto je vezanost za kompaniju tako jaka i zašto Japanci provode mnogo vremena sa kolegama na zajedničkim druženjima, večerama i izletima, a čak se u okviru kompanije dogovaraju i brakovi. Pripadnost grupi, odnosno kompaniji, je toliko značajna da Japanci vrlo često čitav život provode radeći za istu kompaniju, a pojedinci koji promene kompaniju neretko teško bivaju prihvaćeni.

Smatramo da i danas grupa kojoj pojedinac pripada igra veliku ulogu u njegovom životu. U savremenom društvu ta grupa je kompanija kod zaposlenih, a univerzitet kod studenata i posebna pažnja se posvećuje grupnom identitetu. Podrazumeva se visok stepen unifikacije članova grupe, tako da je individualnost svedena na minimum. Stoga ne iznenađuje što u ovakvom društvu postoji *enryo*, koji navodi pojedinca na potiskivanje sopstvenih potreba kako bi se prilagodio grupi. Osećanje identiteta se zasniva na pripadnosti i održava se slaganjem sa drugima (Lebra, 1976). Ovo pruža osećaj sigurnosti (Nakane, 1973), ali podrazumeva visok stepen *enryo*.

U radu će biti reči i o orijentaciji na drugu osobu više nego na samog sebe, kao i težnji da se nasluti stav, raspoloženje i mišljenje druge osobe koji su usko vezani za *enryo*. Kako govorni predstavnik japanskog jezika ima tendenciju da posmatra svet iz perspektive svog sagovornika<sup>3</sup> (Suzuki, 1978: 143), često će se truditi da nasluti šta želi ili misli njegov sagovornik, istovremeno nastojeći da ne pokazuje sopstvene potrebe. Ovo je još jedna manifestacija *enryo* koja je neraskidivo vezana za potiskivanje individualnosti. Prikazaćemo i kako se ovaj način razmišljanja ogleda u praksi u svakodnevnom životu. Njegove manifestacije su, između ostalog: izostavljanje zamenice prvog lica kako se ne bi skretala pažnja na samog sebe, poštovanje pravila i dužnosti

---

<sup>3</sup> U engleskom jeziku, kao i u srpskom, ova zamena perspektive u iskazu može se pojaviti u komunikaciji u okviru porodice, kao u rečenici: *Mummy's making pancakes*, ali je pretežno ograničena na obraćanje deci. U srpskom majka takođe može o sebi govoriti u trećem licu.

prema susedima, kompaniji ili zemlji, način oblačenja koji se ne ističe u odnosu na ostale pa čak i oklevanje da se izraze lične želje kada je reč o hrani i piću. Zamenica prvog lica se u japanskom jeziku vrlo često izostavlja, a njeno ponavljanje Japancima deluje neprirodno. Ovakav način govora neminovno usmerava pažnju na gledište sagovornika. Takođe, kada je reč o vizuelnom identitetu, vrlo je često suzbijanje individualnosti, pa se tako zaposleni mnogih kompanija, čak i ako nemaju uniforme, oblače gotovo identično. Pored toga, Japanci će često oklevati da kažu svoje mišljenje ili izrazi svoje želje, da se ne bi nametali drugima. Ovo pravilo važi za razne situacije, od donošenja svakodnevnih odluka do odgovaranja na pitanje šta bi da pojedju ili popiju.

Još jedna osobenost japanske kulture koja često utiče na to da Japanci imaju *enryo* je i *omoiyari*. Brojni autori (Doi 1973, Lebra 1978, Wierzbicka 1993, Travis 1992) se slažu da je *omoiyari* bitno obeležje japanske kulture. Kao ni *enryo*, ni reč *omoiyari* nije lako prevodiva na druge jezike. *Japansko-srpski rečnik* Hirošija Jamazaki-Vukelića navodi prevod *obzir*. Međutim, smatramo da ovaj prevod nije uvek ekvivalentan reči *omoiyari*, a isto važi i za engleske prevode *empathy*, *sympathy*, *compassion*, *consideration*, i druge. *Omoi-yari* podrazumeva neku vrstu čitanja misli, razumevanje i predosećanje tuđih želja i potreba, brigu o drugome, kao i tumačenje neverbalnih znakova i odgovaranje na njih. Prikazaćemo pregled literature na ovu temu, kao i elemente *omoiyari* dobijene na osnovu univerzalnog semantičkog metajezika i primere njegove manifestacije i značaja u japanskoj kulturi. Smatramo da činjenica da se u Japanu ceni suptilnost i čitanje između redova, kao i orijentacija na mišljenje sagovornika, koji su potpuna suprotnost poželjnim osobinama na Zapadu kao što su otvorenost i zastupanje svojih stavova, direktno utiče na to da u japanskoj kulturi pojedinac često želi da izrazi slaganje sa sagovornikom, pa tako daje i neverbalne signale kao što je klimanje glavom. Praktičnim primerima ćemo prikazati na koji način se u Japanu podstiče *omoiyari* u ponašanju u svakodnevnom životu.

Smatramo da istraživanje čija je tema *enryo* (sa posebnim osvrtom na neverbalnu komunikaciju) ne bi bilo potpuno bez neke vrste ispitivanja društva, koje bi pokazalo kako se *enryo* konkretno manifestuje među Japancima danas. Stoga ćemo se, nakon detaljne analize pojma *enryo*, razloga za njegovo postojanje i njegovih manifestacija, baviti empirijskim istraživanjem stepena *enryo* u svakodnevnici u Japanu. U okviru istraživanja sprovedena je anketa na osnovu koje ćemo ispitati ponašanje, a pre svega neverbalnu komunikaciju Japanaca različitih godina i pola kako bismo utvrdili da li je i u kom stepenu *enryo* izražen u japanskom društvu..

Analiziraćemo i sistem vrednosti i osobine koje Japanci cene i smatraju poželjnim kako kod sebe, tako i kod drugih ljudi. Ispitaćemo stepen *enryo* u svim aspektima neverbalne komunikacije o kojima je bilo reči: *enryo* u pogledu, u pozdravljanju sa bliskim osobama i izražavanju sopstvenih potreba. Nastojaćemo da utvrdimo kolika je fizička bliskost između poznatih i nepoznatih osoba, da li je i u kojim uslovima fizički dodir prisutan u komunikaciji, kao i da li Japanci gledaju u nepoznate osobe iz radoznalosti. Analiziraćemo i situacije kada Japanci imaju neku želju ili potrebu i ispitati do koje mere će pokazati neverbalnim signalima da im je hladno, da su gladni ili umorni, i sl. Zatim ćemo se baviti stepenom *enryo* u komunikaciji sa nepoznatima. Takođe nas interesuje koliko je *enryo* prisutan u komunikaciji na javnom mestu, ispoljavanju radosti i časkanju sa prijateljem. Nastojaćemo da utvrdimo u čemu se ogledaju sličnosti i razlike između muškaraca i žena, ali i mlađe i starije generacije, kada je reč o ovoj pojavi (sa posebnim osvrtom na *enryo* u neverbalnoj komunikaciji),

U istraživačkom postupku koristićemo se kontrastivnom metodom. Odgovori ispitanika na svako pojedinačno pitanje biće podeljeni u starosne grupe po uzrastu i polu i predstavljeni grafikonima, kako bi se stekao bolji uvid u opštu situaciju i razlike između mlađe i starije populacije. Dobijeni rezultati biće predstavljeni u nastavku rada. Nakon analize dobijenih odgovora, izvešćemo i zaključak ovog istraživanja koji će, nadamo se, doprineti boljem razumevanju prisustvu *enryo*

u japanskoj kulturi danas i dati uvid u buduće tendencije kada je reč o pojmu enryo i neverbalnoj komunikaciji.

Napominjemo da smo, što se transkripcije tiče, koristili nešto prilagođeni sistem Hepburnove transkripcije, danas najzastupljenije (pr.遠慮/enryo/). Imena japanskih naučnika transkribovana su na srpski u integralnom tekstu, ali ne i kada se koriste za upućivanje na bibliografsku jedinicu.

## 1.1. HIPOTEZE

Naša osnovna hipoteza je da enryo, kao veoma bitna osobenost japanske kulture, ima važno mesto u sistemu vrednosti, a samim tim utiče i na način razmišljanja i ponašanje Japanaca, pa se tako ispoljava i u neverbalnoj komunikaciji. Ova hipoteza oslanja se na stav naučnika kao što su Kondon i Josef (Condon and Yousef, 1983) i Opler (1945), koji tvrde da kulturne vrednosti daju dublji uvid u neverbalnu komunikaciju, kao i da utiču na ponašanje i aktivnosti u određenom društvu.

Enryo kao obeležje neverbalne komunikacije prisutan je u pozdravu, pogledu, načinu sedenja, i slično, i direktno utiče na odsustvo dodira, udaljenost između sagovornika, neizražavanje potreba i želja (neverbalno, ali i verbalno), ustručavanje u jelu i piću, uzdržavanje od gledanja u druge ljude, i slično. Kada je reč o neverbalnoj komunikaciji, smatramo da je enryo veoma izražen u sferi fizičkog dodira i pogleda. Smatramo da će, iako su neki drugi oblici enryo mnogo manje prisutni u neverbalnoj komunikaciji nego prethodnih decenija, odsustvo dodira između sagovornika pri razgovoru i pozdravu ostati karakteristika neverbalne komunikacije u Japanu i u budućnosti.

Naša pretpostavka da će enryo ostati izražen u sferi fizičkog dodira zasnovana je pre svega na posmatranju neverbalne komunikacije Japanaca na javnom mestu, kao i na ličnom iskustvu. Isto tako, na pretpostavku da će *enryo* u oblasti posmatranja nepoznate osobe i kontakta očiju i dalje biti relativno izražen navelo nas je kako posmatranje neverbalne komunikacije na javnom mestu, tako i dosadašnja istraživanja sa sličnom tematikom.

Sa druge strane, pretpostavljamo da postoji tendencija smanjivanja stepena enryo u odnosu na istraživanja iz osamdesetih i devedesetih godina prošlog veka, ali i da će se stepen enryo smanjivati različitim tempom u različitim sferama neverbalne komunikacije. Mišljenja smo da će *enryo* i dalje biti izražen u izvesnoj meri kada je reč o ispunjavanju sopstvenih potreba kao što su glad, žeđ, umor i slično tako da će, recimo, Japanac neretko oklevati da prihvati nešto ponuđeno, iako to želi ili mu je potrebno. Doduše, smatramo i da će se Japanci nešto lakše snalaziti sa pitanjem šta žele da popiju nego što je to bio slučaj pre tridesetak godina. Očekujemo i da će enryo u prostoru biti manje izražen nego što je to slučaj u ranijim istraživanjima.

Pretpostavićemo i da je usmerenost na drugu osobu, a sa njom i omoiyari, i dalje važan element japanske kulture i da ima značajno mesto u sistemu vrednosti. S toga smatramo da će se Japanci truditi da naslute nečije potrebe. Budući da se omoiyari neguje kao važna kulturna vrednost, pretpostavljamo da je značaj omoiyari u japanskom društvu ostao nepromenjen.

Naša pretpostavka je da postoje značajne razlike između muške i ženske populacije, kao i mlađih i starijih generacija, kada je reč o stepenu enryo u ponašanju.

## 1.2. METOD ISTRAŽIVANJA

U istraživanju smo se bavili prisustvom enryo u ponašanju Japanaca, sa posebnim osvrtom na neverbalnu komunikaciju. Zanimao nas je stepen enryo kada je reč o fizičkom dodiru, udaljenosti između dve osobe, kontaktu očima, kao i pokazivanju svojih želja ili potreba kao što su je glad, hladnoća ili umor. Kao što se vidi, predmet našeg istraživanja je veoma široko polje u okviru neverbalne komunikacije. Stoga nam je bio potreban metod koji će nam omogućiti da istražimo sve elemente enryo kod Japanaca danas. Iako smatramo da bi eksperiment bio dobro rešenje za ispitivanje enryo kod japanske populacije, eksperiment koji bi obuhvatio tako široko polje u okviru neverbalne komunikacije bio bi previše komplikovan i najverovatnije bi predugo trajao. Razmatrali smo i studiju slučaja kao moguće rešenje, ali iz sličnih razloga smo odustali od nje i ipak se odlučili za anketu kao metod istraživanja, budući da nam ovo rešenje omogućava da dobijemo informacije o realnoj slici u društvu u ovom trenutku. Još jedan razlog koji nas je naveo da se odlučimo za anketu je svakako i mogućnost da se dobiju podaci velikog broja ispitanika. Smatramo da ovaj metod može pružiti uvid u stavove i mišljenje Japanaca, kao i u realno prisustvo enryo u njihovom ponašanju.

Budući da anketa ne zahteva od ispitanika da navode previše detalja, postojala je mogućnost da odgovori ne budu do kraja jasni. Iz tog razloga smo, ukoliko je za to bilo mogućnosti, anketu dopunili kratkim intervjuom koji je objasnio razloge ili dodatne detalje vezane za određeni odgovor.

Najpre je sprovedena probna anketa na 10 ispitanika, koja je praćena intervjuom. Ovo inicijalno istraživanje omogućilo nam je pre svega da uvidimo nejasnoće na osnovu kojih smo korigovali prvobitnu formu pitanja. Neka pitanja su i izbačena nakon prve faze istraživanja, jer se ispostavilo da su i suviše nejasna, da odgovori mogu biti previše difuzni, ili da ne daju dovoljno osnova za naknadno poređenje i analizu. Sa druge strane, na neka pitanja su se više puta javljali odgovori koji nisu bili ponuđeni, što nas je navelo da ove odgovore uvrstimo u izbor u konačnoj formi ankete. Nakon korekcija, anketa je imala 16 pitanja i distribuirana je putem Interneta.

U prvom delu ankete posvećena je pažnja sistemu vrednosti Japanaca i tome šta smatraju dobrom osobom. Naime, naši ispitanici će navesti pet prideva koji po njihovom mišljenju karakterišu dobru osobu. Ovaj deo ankete je potpuno slobodnog karaktera i ispitanici su mogli da pišu prideve koje žele. Značajno je da je Ketrin Trevis devedesetih godina prošlog veka sprovela slično istraživanje među govornim predstavnicima engleskog i japanskog jezika u Australiji. Stoga nam je prvi deo nam je omogućio ne samo da steknemo sliku o sistemu vrednosti Japanaca, već i da uvidimo da li se i na koji način on promenio više od dvadeset godina kasnije.

Naredni, drugi deo ankete sastoji se od pitanja sa ponuđenim odgovorima. Ukoliko im ne odgovara nijedan od ponuđenih odgovora, ispitanici su mogli da dopišu svoj odgovor. Ovaj deo ankete ispituje kako bi se naši ispitanici ponašali u situacijama kada nešto žele, nešto ih zanima ili imaju neku potrebu ali to ne pokazuju iz različitih razloga - ne žele da budu na smetnji, imaju u vidu potrebe druge osobe, ili smatraju da će okruženje loše misliti o njima. Sve ovo su aspekti enryo, motiva koji često stoji iza ponašanja Japanaca.

U većini ovih situacija naš fokus je na neverbalnoj komunikaciji. Na osnovu ankete nastojaćemo da utvrdimo da li našim ispitanicima smeta fizička blizina poznate ili nepoznate osobe i da li će se truditi da je izbegnu, kao i da li je za njih dodir uključen u pozdrav sa bliskim osobama i na koji način - da li je to zagrljaj, rukovanje, tapšanje po ramenu, i sl. Takođe, ispitaćemo da li se trude da sakriju pogled ako se nađu u blizini neke upadljive osobe i ukoliko je to slučaj, koji su razlozi tog ponašanja. Pored toga, zanima nas da li će naši ispitanici pokazati da imaju određenu želju ili potrebu - recimo, kada im je hladno, da li će sami uključiti klima-uređaj ili će čekati da to neko drugi učini. Interesuje nas i koji će stepen enryo naši ispitanici imati kada su u gostima - da

li će se ustručavati od jela i pića, da li će se ipak poslužiti ukoliko domaćin insistira i da li će im biti neprijatno ukoliko se od njih traži da direktno kažu šta žele da pojeduju ili popiju. Pored toga, razmotrićemo da li postoje razlike između starijih i mlađih pojedinaca, kao i između muškaraca i žena kada je reč o ovoj kulturnoj osobenosti.

Dobijeni odgovori analizirani su u programu Excel i Google Survey i podeljeni na osnovu godina starosti, a zatim prikazani u tabelama i grafikonima. Na osnovu analize i njom dobijenih grafikona nastojaćemo da utvrdimo na koji način i u kom stepenu se, imajući u vidu sistem vrednosti prisutan u japanskom društvu, *enryo* ispoljava u japanskoj kulturi, a pre svega u neverbalnoj komunikaciji Japanaca. Zatim ćemo uporediti nalaze sa ranije sprovedenim istraživanjima kako bismo utvrdili da li se i u kojoj meri društvo promenilo i kakve tendencije možemo očekivati u budućnosti.

Za početak, smatramo da je neophodno precizno definisati pojam *enryo*, njegove elemente i način na koji se manifestuje u japanskoj kulturi.

### 1.3 OSVRT NA LITERATURU

Postoji opširna literatura o pojmu *enryo* u japanskoj kulturi. Mnogi autori su istraživali ovu oblast, a njihov pristup ovoj temi bio je različit. Jedan od uzora za istraživanje o *enryo* u japanskoj kulturi je svakako Takie Sugijama Lebra, koja je detaljno istraživala ovu pojavu i njene manifestacije. U radu smo se oslanjali na njene zaključke, koji su nam dali dublji uvid u prisustvo *enryo* u japanskoj kulturi i neverbalnoj komunikaciji Japanaca. Takođe, Ana Vježbicka se bavila kulturnim vrednostima Japana, kao i semantikom i finesama značenja reči *enryo*. Ova autorka se bavila japanskim rečnikom i kulturom i na osnovu prirodnog semantičkog metajezika definisala kulturno-specifične pojmove. Njena knjiga *Language Across Cultures* predstavlja izuzetan doprinos studijama kako jezika, tako i kulture. Kako ova autorka smatra da za *enryo* ne postoji identičan pojam u drugim jezicima, za njega je dala detaljne parametre na osnovu univerzalnog semantičkog metajezika. U radu smo koristili njene uvide, naročito kada je reč o razlikama reči *enryo* i njenih najčešćih prevoda, *reserve* i *restraint*.

Jedna od prvih istraživača koji su se bavili Japanom u periodu Meidi, nakon dugogodišnje izolacije Japana, je svakako Rut Benedikt, čija knjiga *Hzizantema i mač* je dala mnoštvo informacija o japanskoj kulturi i predstavlja pionirski istraživački rad na ovu temu. Iako ova autorka reč *enryo* prevodi engleskom rečju *restraint*, jasno je da govori o *enryo* i njena zapažanja su nam pomogla da steknemo sliku o važnosti *enryo* kroz istoriju. U odeljku o *enryo* kao kulturnoj vrednosti Japana takođe smo koristili uvide Takie Sugijame Lebre, koja je o njemu detaljno pisala. I Smit i Hona i Hofer su se bavili *enryo*, ali ga Smit naziva *restraint*, a Hona i Hofer *holding back*. Ovi autori opisali su *enryo* u nekim važnim elementima japanske kulture, kao što je donošenje odluka i ponašanje u gostima. Još neki autori koji su doprineli istraživanju pojma *enryo* koje bismo pomenuli su svakako Marč, Takeo Doi, Takao Suzuki, kao i Morsbah, koje smo citirali u ovom istraživanju.

Budući da smo *enryo* posmatrali u širem društvenom i kulturnom kontekstu, dragoceni su nam bili i podaci Eičira Išide. Ovaj autor se bavio razlikom između sistema vrednosti evropskih naroda i Japanaca i objasnio je japansku pomirljivost činjenicom da su od davnina u Japanu zbog gajenja pirinča u zajednici, na malom prostoru. Ljudi bili usmereni jedni na druge i orijentisani na grupu, kojoj su se prilagođavali. Sa druge strane, Čie Nakane se bavila uticajem grupe u Japanu nakon Drugog svetskog rata. Nakane je jedna od prvih autora koja se bavila uticajem kompanije na ponašanje Japanaca i njeno istraživanje nam je dalo dublji uvid u detalje o organizaciji japanskog društva i njenom neminovnom efektu na sistem vrednosti i ponašanje ljudi. Autorka objašnjava

kako je grupa, odnosno kompanija, poprimila ključnu ulogu u životu pojedinca nakon rata, a sistem vrednosti koji je time formiran u izvesnoj meri se zadržao i do danas. O grupi takođe pisali Rut Benedikt, Takie Sugijama Lebra, kao i Takeši Išida. Uvidi ovih naučnika u razloge za konformizam u japanskom društvu bili su veoma značajni u našoj analizi.

O *omoiyari* su takođe pisali mnogi autori. U analizi *omoiyari* kao kulturne vrednosti pre svega smo se oslanjali na analizu i primere koje je dala Takie Sugijama Lebra i analizu parametara Ane Vježbicke. Lebra je dala nekoliko sveobuhvatnih definicija *omoiyari*, kao i brojne primere njegovog prisustva u japanskoj kulturi, pa i obrazovnom sistemu. Sa druge strane, Vježbicka je analizirala *omoiyari* uz pomoć parametara prirodnog semantičkog metajezika. Pored ove dve autorke, svakako bismo istakli i radove Ketrin Trevis. Budući da je Trevisova pre dvadesetak godina u okviru rada na doktorskoj tezi sprovela anketu o sistemu vrednosti govornih predstavnika engleskog i japanskog jezika koji žive u Australiji, u radu su nam bili vrlo korisni podaci iz njenog istraživanja, koje nam je omogućilo da uvidimo koliko se sistem vrednosti promenio u odnosu na period od pre dvadesetak godina. O vezi *enryo* i *omoiyari* pisali su Doi, Išii, kao i Lebra, na čije smo se zaključke takođe oslanjali u ovom radu.

Značajan doprinos istraživanju o *omoiyari* dao je svakako Takeo Doi, eminentni naučnik u oblasti japanske kulture i kulturnih vrednosti. Ovaj autor je temeljno istražio ovaj pojam i njegovu važnost u Japanu i ujedno kontrastirao ponašanje Japanaca i Amerikanaca kada je reč o gostoprimstvu. Njegova zapažanja bila su značajna u našem istraživanju o *omoiyari* u gostoprimstvu u Japanu. Pored toga, kada govorimo o manirima u japanskoj kulturi i razlici između japana i zapada, koristili smo istraživanje supružnika Mizutani koji su autori knjige o manirima u Japanu. Primeri koje navode ovi naučnici direktno se tiču uloge *enryo* i *omoiyari* u japanskoj kulturi.

Kada je reč o neverbalnoj komunikaciji u japanskoj kulturi u širem smislu, korisni su nam bili i podaci do kojih su došli Hol, Smit, Befu, Neustupni i drugi autori. U radu smo posvetili pažnju i uvidima koje je dao Takao Suzuki, koji je govorio o važnim elementima japanske kulture, a između ostalog i o orijentaciji na drugu osobu koja je veoma bitan element *enryo*, pa samim tim i važna za naše istraživanje. O razlici između kulturnih vrednosti Japana i zapada pisali su mnogi autori. Murase je pisao o razlici aktivnog, takmičarskog duha zapadne kulture koja forsira individualizam i duha zajedništva i neagresivnosti koji se neguju u japanskoj kulturi.

O odsustvu dodira, kao i izbegavanju bliskosti na javnom mestu pisali su Barnlund, Malandro i Barker, kao i Neustupni. O pogledu je takođe mnogo pisano. U ovom radu koristili smo podatke Hatorijevog istraživanja iz sedamdesetih godina prošlog veka, koje je pokazalo da je kontakt očima kod Japanaca ređi nego kod Amerikanaca. Takođe smo koristili podatke o direktnom pogledu očima do kojih su došli Bond i Kornai. O pogledu su takođe pisali Hol i Hol, Kasahara, kao i Kitao i Kitao, na čije smo se zaključke osvrnuli u ovom istraživanju.

Naklon je bio predmet istraživanja brojnih autora. Hol je pisao o odnosu naklona i rukovanja, a o vrstama naklona i njegovoj vezi sa socijalnom distancom pisali su Hendri, Išii, Kitao i Kitao, Morsbah i Neustupni. Podaci do kojih su došli ovi naučnici bili su dragoceni u pisanju ovog rada.

U odeljku o sedenju koristili smo zaključke do kojih je došao De Mente, naučnik koji je pisao o istoriji sedenja na petama i ulozi ovog položaja na formiranje nacionalnog identiteta. O sedećem položaju u savremenom Japanu, gde se danas uglavnom sedi na stolici, kao i o razlici Japana i zapada kada je reč o sedenju, pisali su Marč i Neustupni. Informacije koje daje istraživanje ovih naučnika dale su nam uvid o uticaju *enryo* na neverbalnu komunikaciju danas.



## 2. ENRYO

*Enryo* je jedna od važnih osobenosti japanske kulture i smatramo da se u istom obliku ne javlja ni u jednoj drugoj kulturi. S obzirom na veliki broj idioma u kojima se ova reč pojavljuje - “*goenryo kudasai*”, “*enryo shinaide*”, “*enryo naku*”, itd - očigledno je da je ona veoma važna kako u japanskom jeziku, tako i u kulturi.

### 2.1. PROBLEM PREVODA NA DRUGE JEZIKE

*Enryo* je karakteristika japanske kulture i značajna kulturna vrednost koja se, koliko nam je poznato, ne javlja u identičnom obliku u drugim kulturama. Stoga ne iznenađuje da nije lako naći prevodni ekvivalent za ovu reč.

Kako primećuje Vježbicka (Wierzbicka, 1997:243), u opisu ovog pojma ne možemo se osloniti na engleske ekvivalente. Naime, rečnici engleskog jezika definišu *enryo* na osnovu termina kao što su “*reserve*”, “*restraint*”, “*constraint*”, “*diffidence*”, “*coyness*”, “*discretion*”, “*hesitation*” (Takenobu), “*reservation*”, “*deference*”, “*regard*” (Kenkyusha), “*ceremony*”, “*modesty*”, “*shyness*” (Takehara), kao i “*backwardness*” (Brinkley’s) i mnogi drugi, ali se u suprotnom smeru retko neki od ovih pojmova prevodi sa *enryo*<sup>4</sup>. Pored navedenih prevoda, naveli bismo i *holding back* (Honna i Hoffer: 132). Ipak, iako svi ovi izrazi u nekim slučajevima mogu biti prevod za reč *enryo*, smatramo da nijedan od njih nije potpuno ekvivalentan.

Iako su japansko-srpski i japansko-srpskohrvatski rečnici daleko manje brojni od japansko-engleskih, smatramo da je značajno navesti prevode koji se u njima javljaju. Tacuja Suzuki u Srpskohrvatskom rječniku prevodi *enryo* kao *skromnost*, *uzdržljivost*, a prevod naveden u srpsko-japanskom rečniku Hirošija Jamazaki-Vukelića je *ustručavanje*. Napomenuli bismo da Vukelić i u svom japansko-srpskom rečniku, kao prevod glagola *ustručavati se* navodi *enryo suru*. Kao što smo videli, ovakva podudarnost je veoma retka u englesko-japanskim rečnicima. Smatramo da je prevod *ustručavanje* vrlo blizak značenju reči *enryo* i daleko je precizniji kako od Suzukijevog *uzdržljivost*, tako i od najčešćih engleskih prevoda, *reserve* i *restraint*<sup>5</sup>. Takođe, smatramo da srpsko *ustručavanje*<sup>6</sup> ima dosta zajedničkih elemenata sa japanskim *enryo*, što ukazuje da su srpska i japanska kultura u ovoj sferi bliže nego što bi se reklo na prvi pogled.

Međutim, postojanje izraza kao što je *enryo shimasu* (\**I will restrain*) (\**Ustručavam se*), koji zvuči neprirodno na engleskom, pa i na srpskom jeziku, navodi na zaključak da *enryo*, ipak, ne možemo samo prevesti jednom rečju. On je osobenost kako japanske kulture, tako i jezika. Još četrdesetih godina prošlog veka Sapir je rekao da je jezik simbolički vodič kroz kulturu<sup>7</sup> kao i da je rečnik vrlo osetljivi pokazatelj kulture jednog naroda<sup>8</sup>. Kako je u drugim jezicima teško naći prevodne ekvivalente reči *enryo*, smatramo da *enryo* u istom obliku ne postoji ni u drugim kulturama, tako da ga treba analizirati i posebno definisati kao vrednost specifičnu za japansku kulturu.

---

<sup>4</sup> Redak izuzetak je Hyojun Romaji Kai (1973) gde je fraza “stand on ceremony” prevedena kao *enryo suru* to jest, imati *enryo*.

<sup>5</sup> Iako postoje neke nijanse *enryo* koje reč *ustručavanje* ne obuhvata.

<sup>6</sup> Nepokazivanje sopstvenih želja i potreba da ne bismo nekome smetali, nametali se da neko o nama ne misli loše. Kao i *enryo*, *ustručavanje* je često u jelu i piću, ali smatramo da je *enryo* širi pojam i ne može se uvek prevesti kao *ustručavanje*.

<sup>7</sup> “language [is] a symbolic guide to culture” (Sapir 1949:162)

<sup>8</sup> “vocabulary is a very sensitive index of the culture of a people” (Sapir 1949:27)

## 2.2. DEFINICIJA POJMA ENRYO

Honna i Hoffer daju engleski prevod *holding back*, za koji smatramo da je bolji od prevoda kao što su *reserve*, *restraint*, ali ovi autori ipak daju i definiciju pojma ne zadržavajući se samo na prevodu. Naime, oni smatraju da je *enryo* oblik učtivosti, sredstvo za održavanje izvesne distance od onih koje ne poznajemo dobro ili koji su nam nadređeni<sup>9</sup>, i smatraju da, budući da se na agresivnost i otvorenost u Japanu gleda sa neodobravanjem, pristojnost podrazumeva “*holding back*”. Na primer, kada vam ponude piće ili hranu, ljubazno je bar jednom odbiti ponuđeno, kako bismo pokazali da smo učtivi (Honna i Hoffer, 1989:132)<sup>10</sup>.

Lebra navodi još neke važne aspekte *enryo*. Ona kaže da je *enryo* oblik uzdržavanja koje je proizvod suzbijanja individualnosti pod pritiskom konformizma i uticaja grupe, empatičnog obzira prema drugome, brige da ne budemo osramoćeni i želje da zadržimo svoju slobodu i izbegnemo neku aktivnost a da ne povredimo drugoga. Ova autorka takođe kaže da se *enryo* manifestuje u neprotivljenju mišljenju većine (Lebra, 1976:29).

Smit navodi (Smith, 1983:83) da se japanska deca od malena uče da ne skreću pažnju na sebe kada govore, kao i da je ovo jedna od manifestacija *enryo* (koji Smit prevodi kao “restraint”). Po ovom autoru, još jedan oblik *enryo* je uzdržavanje od iskazivanja sopstvenog mišljenja. Smit kaže da zbog *enryo* Japanci ne žele da iskažu neslaganje ne samo sa mišljenjem većine, već ni sa bilo kojim sagovornikom. Po njemu, Japanci su na mukama kada treba da izraze neslaganje, jer definicija dobre osobe podrazumeva *restraint* u izražavanju sopstvenih želja i mišljenja (nesumnjivo Smit ovde misli na *enryo*).

Kao što vidimo, *enryo* je kulturno-specifična norma (Wierzbicka, 1997:238) koja podrazumeva kako uzdržavanje u jelu i piću, tako i nevoljnost da se protivimo većini ili skrećemo pažnju na sebe. Ukoliko *enryo* uporedimo sa srpskim ustručavanjem, svakako je da postoji velika sličnost kada govorimo o neiskazivanju sopstvenih želja. Međutim, smatramo da se reč “ustručavanje” ne koristi u situacijama vezanim za izražavanje sopstvenog mišljenja.

U analizi pojma *enryo*, Vježbicka umesto engleskih prevoda i kulturološki obojenih reči u engleskom jeziku, koristi *prirodni semantički metajezik*, koji definiše kulturno obeležene pojave na osnovu univerzalnih ljudskih koncepata. Ovo je neka vrsta “azbuke ljudske misli” koja sve ljudske jezike svodi na osnovne elemente i sve reči u tom jeziku definiše na osnovu kombinacije tih elemenata (Wierzbicka, 1999: 123). Kako navodi autorka, dok engleski, španski i malajski nemaju reči sa značenjem koje tačno odgovara nemačkoj reči *angst*, svi jezici imaju reči koje tačno odgovaraju značenju engleskih reči *good* i *bad*, ili *know* i *want*, zbog čega zaključujemo da su koncepti “good” i “bad” (ili “know” i “want”) univerzalni, i mogu se koristiti kao elementi kulturno-nezavisnog semantičkog metajezika (Wierzbicka, 1999:34)<sup>11</sup>. Prirodni semantički metajezik ima za cilj da razlikuje bitno od opcionog, da opiše varijetete, i da raščlani kompleksne koncepte na maksimalno jednostavne, oslanjajući se na leksičko-gramatičke univerzalije (Wierzbicka, 1999:40).

---

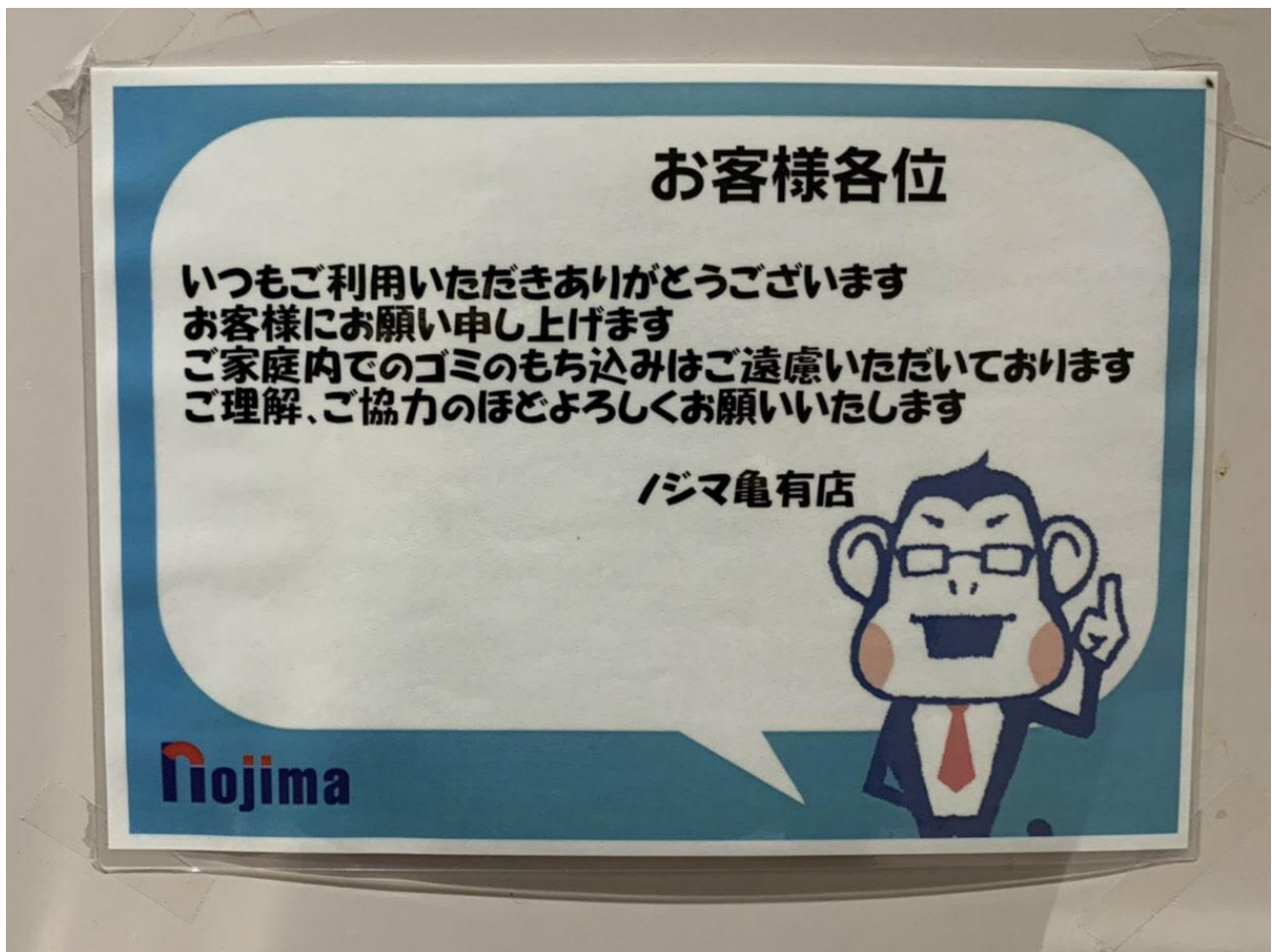
<sup>9</sup> “Enryo, or holding back, is a form of politeness, a device for maintaining a certain distance from the ones one does not know well or one considers as one’s superiors.” (Honna i Hoffer, 1989:132)

<sup>10</sup> “Since aggressiveness and frankness are considered rather negatively in Japanese social etiquette, it is graceful to behave in a “holding back” way. For example, when they are offered drink or food, it is courteous to refuse what is offered at least once, in order to show that they are “holding back”, that is, they are polite.” (ibid).

<sup>11</sup> For example, neither English nor Spanish nor Malay have word with meaning corresponding exactly to the meaning of the German word Angst. At the same time, the evidence suggests that all languages have words with meanings corresponding exactly to the meaning of the English words good and bad, or know and want. This suggests that the concepts of “good” and “bad” (or “know” and “want”) are universal, and can, therefore, be used as elements of culture-independent semantic metalanguage (Wierzbicka, 1999:34).



Slika 1. Natpis u toaletu prodavnice bele tehnike Nođima u Tokiju kojim se kupci mole da ne iznose robu koju nisu platili. Ova ućtiva zabrana iskazuje se izrazom “*goenryo kudasai*” (molimo vas za *enryo*).



Slika 2. Natpis u prodavnici elektronike Nodima u Tokiju kojim se osoblje prodavnice zahvaljuje na poseti, a kupci mole da ne bacaju smeće koje nose sa sobom. Za ovu molbu i ovde se koristi izraz *goenryo kudasai*, koji i u ovom slučaju izražava učtivu zabranu.

Koristeći prirodni semantički metajezik, Vježbicka opisuje *enryo* na osnovu sledećih parametara:

- (a) kada je X sa osobom Y, X misli nešto ovako:
  - (b) ne mogu reći ovoj osobi:
  - (c) “želim ovo, ne želim ovo”
  - (d) “mislim ovako, ne mislim ovako”
  - (e) ako to uradim, neko se može osećati loše zbog toga
  - (f) neko može misliti loše o meni zbog toga
  - (g) zbog toga X ne govori takve stvari
  - (h) zbog toga X ne radi neke stvari
  - (i) ljudi misle: to je dobro”<sup>12</sup>
- (Wierzbicka, 1997:247-8)

Autorka takođe kaže: “Komponenta (a) pokazuje da je *enryo* svestan, ili polusvestan, stav baziran na određenim mislima; komponenta (b) pokazuje potrebu za uzdržavanjem u određenom odnosu; (c) pokazuje da se ovo uzdržavanje može odnositi na nečije želje ili (d) da se može odnositi na izražavanje mišljenja; (e) ukazuje na strah da se neko ne povredi ili da mu ne bude neprijatno<sup>13</sup>; (f) ukazuje na vezu između *enryo* i “ugleda”; a (g) i (h) ukazuju na to da se *enryo* manifestuje u ljudskom ponašanju, kako verbalnom (g) tako i neverbalnom (h)”. (ibid)

Kao što vidimo, *enryo* se odnosi na uzdržavanje ne samo od iskazivanja sopstvenog mišljenja i želja, već i reakcija poput smeha, ispoljavanja emocija i slično. Sam po sebi, *enryo* nije ni pozitivan ni negativan. Tako se fraza “*enryo* naku”<sup>14</sup> prevodi kao “boldly”, “bluntly”, “ruthlessly” (Kenkyusha), “boldly”, “bluntly”, “pitilessly”, “indelicately” (Takenobu) i nesumnjivo ima negativno značenje, dok se, sa druge strane, javlja izraz “*enryo* shinaide”, kojim se nekome nešto nudi uz napomenu da se ne ustručava. Neki autori smatraju da se ova fraza često upotrebljava, ali da ima malo efekta (Reischauer, 1988:147).

Takođe, naveli bismo kao kuriozitet i izraz *goenryo kudasai*, učtivi imperativ koji nekome ukazuje na to da treba da ima *enryo*. Ovaj izraz se može koristiti da ukaže na nepoželjno ponašanje, poput “nemojte koristiti mobilni telefon u vozu”, “nemojte jesti i piti u biblioteci”, kao i da bismo nekoga držali na distanci.

Na osnovu svega navedenog, zaključili bismo da je *enryo* važan element japanske kulture koji podrazumeva svesno ili polusvesno, svojevoljno ili čak nametnuto uzdržavanje od pokazivanja sopstvenih želja, stavova, emocija ili mišljenja, kao i verbalnih i neverbalnih reakcija, iz potrebe da

---

<sup>12</sup> (a) When X is with person Y, X thinks something like this:

- (b) I can't say to this person:
- (c) “I want this, I don't want this”
- (d) “I think this, I don't think this”
- (e) If I did this, someone could feel something bad because of this
- (f) someone could think something bad about me because of this
- (g) because of this X doesn't say things like this
- (h) because of this X doesn't do some things
- (i) people think: this is good

<sup>13</sup> što uključuje i samu osobu koja pokazuje *enryo*.

<sup>14</sup> “bez *enryo*” (M.M.)

sebi ili drugima ne prouzrokuje neprijatnost, da neko ne bude povređen, kao i da sami sačuvamo “ugled”. Iako je sličan srpskom ustručavanju u pogledu uzdržavanja od jela, pića i potreba, *enryo* se može odnositi i na neiskazivanje sopstvenog mišljenja ili izbegavanja da skrenemo pažnju na sebe, po čemu se bitno razlikuje od ustručavanja.

U narednom delu rada biće reči o tome kako se *enryo* ispoljava, kao i zašto je tako prisutan u japanskoj kulturi.



Slika 3. Znak za zabranu telefoniranja u restoranu u Tokiju. Gosti se učtivim imperativom, odnosno izrazom “goenryo kudasai” (ご遠慮ください) pozivaju na *enryo*.

—振り込め詐欺防止のため—

ATMコーナーでの

携帯  電話

の通話をご遠慮ください。

「還付金等詐欺」「オレオレ詐欺」などにもご注意ください。

  
生活支援バンク  
ろうきん

Slika 4. Nalepnica sa znakom za zabranu korišćenja mobilnog telefona u blizini automata za novac. I ovog puta, umesto oštre zabrane, korisnici se upućuju na enryo učtivim imperativom, odnosno izrazom “goenryo kudasai” (ご遠慮ください).



写真撮影は  
ご遠慮下さい

Slika 5. Nalepnica sa znakom za zabranu fotografisanja koji se često može videti u Japanu. Za zabranu fotografisanja se pored znaka koristi i izraz “goenryo kudasai” (ご遠慮ください).



## 2.3. MANIFESTACIJE ENRYO

### 2.3.1. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Mnogi naučnici navode da Japanci daju prednost intuitivnoj, indirektnoj, neverbalnoj komunikaciji i smatraju verbalnu interakciju nepouzdanom. Osoba koja je vešta u neverbalnoj komunikaciji se u Japanu daleko više uvažava nego neko ko je vešt u retorici (Barnlund, 1989; Caudill, 1973; Doi, 1973, 1988; Kasahara, 1986; Kitao& Kitao, 1985; Lebra, 1976,1986; March, 1990; Morsbach, 1973; Ramsey, 1985; Ramsey&Birk, 1983; Reischauer, 1988; Ruch, 1984). S obzirom na značaj neverbalne komunikacije u japanskoj kulturi, kao i na neke njene elemente koji se ne javljaju, recimo, u Evropi ili Americi, smatramo da je neophodno navesti njene osnovne karakteristike.

I letimičnim pogledom na neverbalnu komunikaciju Japanaca lako je ustanoviti da u ovoj kulturi važe izvesna pravila koja ne postoje u Evropi. Naime, neverbalna komunikacija u Japanu obeležena je visokim stepenom *enryo*, koji podrazumeva uzdržavanje od izvesnih sloboda pokreta kako bismo zadržali dobru sliku o sebi, odnosno, kako bismo delovali kao vaspitana osoba. Nisu retki naučnici koji navode da je na javnom mestu govor tela kod Japanaca često izuzetno “uzdržan” (Cohen, 1991; Ishii, 1975), često kako ne bi skretali pažnju na sebe (McDaniel,1993).

Enryo u neverbalnoj komunikaciji pre svega se manifestuje u ograničenosti pokreta, kao i strožijim pravilima i većoj distanci između sagovornika. U skladu s tim, možemo reći da su specifičnosti neverbalne komunikacije u Japanu u odnosu na evropsku kulturu pre svega: odsustvo dodira, postojanje naklona koji ima više funkcija, kultura sedenja na podu koja neizostavno dovodi do svedenosti pokreta i mimike, i još neke. U narednom delu rada biće reči o ovim pravilima.

#### OSUSTVO DODIRA

*Enryo* u vidu uzdržavanja od neverbalnih reakcija (najpre da ne bismo nekome prouzrokovali neprijatnost), manifestuje se pre svega u odsustvu dodira u japanskoj kulturi.

Izuzev kod dece, koja još nisu savladala sva pravila ponašanja, i najužeg kruga porodice i prijatelja, u Japanu dodir nije uobičajena pojava prilikom razgovora. Studije komunikacije između majki i dece sprovedene šezdesetih godina prošlog veka pokazale su da majke i deca često komuniciraju taktilno (Caudill&Plath, 1966; Caudill&Weinstein, 1969). Međutim, ovakva komunikacije se drastično smanjuje nakon detinjstva i od pojedinca se očekuje da se prilagodi normama odsustva dodira) (Barnlund, 1975; Montague, 1978). Istraživanje Elzinge iz 1975. godine sprovedeno među japanskim studentima pokazuje da je taktilna komunikacija među odraslim Japancima mnogo manje prisutna nego među odraslim Amerikancima (Elzinga, 1975).

Dakle, u Japanu se rukovanje, zagrljaj, poljubac u obraz, tapkanje po ramenu, dodir podlaktice i slično, ne viđaju često. Neki autori navode da Japanci izbegavaju preteranu bliskost na javnom mestu (Barnlund, 1989; Malandro&Barker, 1983). Neustupni o tome kaže: “U principu, može se reći da ljudi u Japanu retko namerno dodiruju jedni druge. Naravno, to se ne može izbeći ako je gužva (u saobraćaju, na ulici ili drugim javnim mestima) i obično se ne izvinjavaju u ovim okolnostima. Ponekad žene dodiruju kolena muškarca, na primer, kada reaguju na šalu. Ipak, ljudi ne spuštaju ruke na nečija ramena, i iako mladi obično bez oklevanja šetaju držeći se za ruke, za stariju generaciju čak i takvo ponašanje može biti socijalno obeleženo (Neustupny, 1987:139).”<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> “In general, we can say that people in Japan do rarely intentionally touch each other. Of course, one cannot avoid touching other people in crowded places (transport, street, public spaces) and normally apologies are not issued under such circumstances. Occasionally, you will also be able to observe women touching men’s knees,



Slika 6. Natpis kojim se obavještavaju putnici Japanske železnice da se u ovom vagonu radnim danom od 7:30 do 9:30 u pravcu ka Šinđuku mogu voziti samo žene. Ovo pravilo je uvedeno nakon velikog broja prestupnika koji su u prepunim vozovima dodirivali žene.

---

for instance when reacting to a joke. However, people do not put their arms around other people's shoulders, and although young people do not normally feel hesitation walking hand in hand in public, for the older generation even such behavior may be socially marked. (Neustupny, 1987:139)"



Slika 7. Vagon za žene u vozu u Osaki.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Dostupno na [<https://vocal.media/viva/riding-in-an-all-women-train-car-in-japan>] poslednji put pristupljeno 10.11.2019.

Još neki autori tvrde da je dodir retka pojava ukoliko nije posledica prevelike gužve, a tada se prosto ignoriše (Ishii, 1975; Morsbach, 1973; Ramsey, 1985).

Dakle, očigledno je da Japanci, za razliku od, recimo, Evropljana, u sferi fizičkog dodira imaju izraženi *enryo*.

Isti autor dodaje: “Pri pozdravu Japanci se nikada ne grle, a da ne govorimo o ljubljenju ili rukovanju. Danas je rukovanje poznato onima koji su imali prilike da budu u kontaktu sa strancima. Ipak, ima Japanaca koji oklevaju da se rukuju. Uvek treba pažljivo posmatrati i pomoći u situacijama kada ne mogu da se odluče. Možete upoznati Japanca koji nije potpuno siguran kolika je distanca pri rukovanju, kao i dužina i intenzitet rukovanja. Ne smatra se nepristojnim da stranac preuzme inicijativu u sličnim situacijama (ibid).”<sup>17</sup>

Kako u japanskoj kulturi nije uobičajeno narušavati lični prostor sagovornika, izuzev kruga najbližih, dodirivanje ne samo da je neuobičajeno, već može biti i nametljivo i krajnje nepoželjno, naročito među nepoznatima. Kao ekstreman primer, naveli bismo da su u Japanu predviđene veoma stroge kazne<sup>18</sup> za muškarce koji u vozu seksualno uznemiravaju žene<sup>19</sup>. Nije retkost da ovakvi prestupnici ostanu bez posla i budu uhapšeni i izloženi javnoj sramoti. Kako u Evropi zakon nije ni izbliza toliko strog, smatramo da je ovo dobra ilustracija nepoželjnosti dodira u Japanu, kao i toga koliko je *enryo* zapravo neka vrsta norme koja se podrazumeva u neverbalnoj komunikaciji.

U empirijskom delu našeg istraživanja biće više reči o tome u kojoj meri je *enryo* prisutan kod Japanaca pri pozdravljanju, kao i kako reaguju na otvoreno ispoljavanje naklonosti.

Dodali bismo i da je u Japanu rastojanje između sagovornika nešto veće nego u Evropi, a razlog za to je postojanje naklona.

## NAKLON

Naklon je pokret tela koji se najčešće dovodi u vezu sa kinezom u japanskoj kulturi i predstavlja integralni deo svakodnevnog života. Budući da je naklon kako uobičajen vid pozdrava, tako i neizbežan element komunikacije, ovde ćemo predstaviti neka osnovna pravila klanjanja.

Japanac će se pokloniti kada sretne nekoga, kada se zahvaljuje, nešto traži, čestita, ili odlazi. Istorijski vezan za potčinjenost, naklon je ritual koji i danas odražava poštovanje i ukazuje na status. Uobičajeno je da se mlađa, odnosno podređena osoba u hijerarhiji, prva pokloni i naklon ove osobe je dublji i traje duže nego naklon starijeg, odnosno nadređenog. Dubina naklona raste sa socijalnom distancom (Hendry, 1989; Ishii, 1975; Kitao&Kitao, 1987,1989; Morsbach, 1988b; Ramsey, 1979; Richie, 1987; Ruch, 1984; Sherman, 1989).

O vrstama naklona Neustupni kaže: “Naklon ima mnogo varijanti, a najdublja i najučtivija varijanta je *saikeirei*. Ova varijanta se ne koristi, osim ukoliko iskazujemo posebno poštovanje. Neformalan, lagani naklon je *eshaku*. Naklon se obično izvodi u stojećem položaju ili sedeći na

---

<sup>17</sup> “When greeting each other the Japanese have never used the embrace, to say nothing to kissing, or a handshake. Today the handshake is fully familiar to those people who possess the experience of contact with foreigners. However, there are Japanese who hesitate to shake hands. It is always necessary to watch carefully and to help in moments of indecision. Occasionally it is possible to meet Japanese who are not absolutely sure about the distance between speakers when shaking hands, the length of the handshake, and its intensity. Again, it is not improper for the foreigner to take the initiative on similar occasions.” (ibid)

<sup>18</sup> [<https://japantoday.com/category/crime/nhk-announcer-morimoto-arrested-for-groping-woman-in-train>] poslednji put pristupljeno 23.2.2019.

<sup>19</sup> [<https://www.japantimes.co.jp/news/2018/04/21/national/media-national/chikan-japanese-term-groping-increasingly-recognized-abroad/>] poslednji put pristupljeno 23.2.2019.

podu, ali postoje oblici prikladni za hodanje ili sedenje na stolici. Veoma je važno znati da naklon u stojećem položaju, koji je osnovni oblik naklona za strance, ima različitu formu kod muškaraca (koji drže ruke uz telo) i žena (koje skupe ruke ispred sebe)<sup>20</sup> (Neustupny: 139-140). Dok je među prijateljima uobičajen blagi naklon od manje od 45 stepeni, pred šefom ili direktorom, kao i uvažanim klijentom, naklon je uvek 90 stepeni i dugo traje.

Takođe je bitno istaći da naklon nije samo pozdrav, već može biti i izraz zahvalnosti i izvinjenja i u tom slučaju je neizostavan pratilac verbalnog iskaza. Neustupny (Neustupny, 1987:139-140) kaže da japanski naklon ima istu funkciju kao rukovanje na zapadu, ali je njegova upotreba mnogo šira: prati bukvalno svaki verbalni pozdrav i može zameniti bilo koji od njih. Autor primećuje: “Glavni problem kod stranaca koji govore japanski je to što se ne klanjaju kada se to očekuje. Naklon prati sve pozdrave i predstavlja odgovor na sve ponude, komplimente i niz drugih oblika ponašanja. Čudno je reći *Arigatou gozaimashita* a ne nakloniti se. Govorni predstavnici japanskog jezika možda neće odmah reći šta im deluje čudno, ali će videti da postoji neki nesklad.”<sup>21</sup>

Ovaj oblik komunikacije po prirodi podrazumeva i izvesnu količinu *enryo*, jer nameće veću udaljenost između sagovornika nego u kulturama gde je uobičajeno ljubljenje u obraz ili zagrljaj, pa i rukovanje (da se ne bi sudarili prilikom naklona). Shodno tome, gotovo da i nema rukovanja, dodirivanja, zagrljaja i ljubljenja u obraz kao pozdrava, čak ni u komunikaciji sa roditeljima<sup>22</sup>. Isto tako, držanje za ruke je ređe nego u Evropi.

---

<sup>20</sup> “The bow has many degrees, with the lowest and most polite variety called *saikeirei*. This variety is not used, except when a special degree of respect is in place. A casual, light bow is called *eshaku*. One normally executes a bow in a stationary position, standing or sitting on the floor, but there are varieties appropriate for walking or for sitting in a chair. It is very important to realize that the bow in the standing position, which is the basic type of the bow for a foreign speaker, has a different form for men (who put their arms along their body) and women (who join their hands in front of them). (Neustupny, 1987: 139-140)”

<sup>21</sup> “The basic problem for foreigners who speak Japanese is that they do not bow when they are expected to. As emphasized before, a bow accompanies all greetings and is a response to all offers, compliments, and a number of other behavioral patterns. To say *Arigato gozaimashita* “Thank you” and not to bow is strange. Native speakers of Japanese may not be able to immediately say what causes the feeling of strangeness, but they will clearly perceive the incongruence of the situation. (Neustupny: 139-140)”

<sup>22</sup> Anketa koju smo sprovedi i koju ćemo detaljnije prikazati u narednom delu istraživanja sadrži i pitanja vezana za neverbalnu komunikaciju u pozdravljanju sa roditeljima.



Slika 8. Muškarac i žena se klanjaju. Ovaj naklon nije potpuno ispravan, jer leđa treba da budu prava, nikako pogrbljena (kao kod muškarca), a glava ne sme biti previše sagnuta (kao kod žene). Napomenuli bismo i da bi žene trebalo da sklope ruke ispred tela pri naklonu. Pored toga, klanjanje nekoliko puta ne smatra se učtivim<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Preuzeto sa: [<https://kuguru.jp/865>]; poslednji put pristupljeno 23.2.2019.



Slika 9. Pravilan naklon od 15 stepeni, *eshaku*. Primećujemo da su leđa potpuno prava, a glava u liniji sa telom. Pogled je usmeren oko tri metra ispred tela. Naklon od 15 stepeni je lagan i koristi se kada se prolazi pored nekoga, pri služenju čaja i u sličnim, ne previše formalnim situacijama.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Dostupno na: [<https://www.bellagio.jp/pekori/>] poslednji put pristupljeno 23.2.2019.

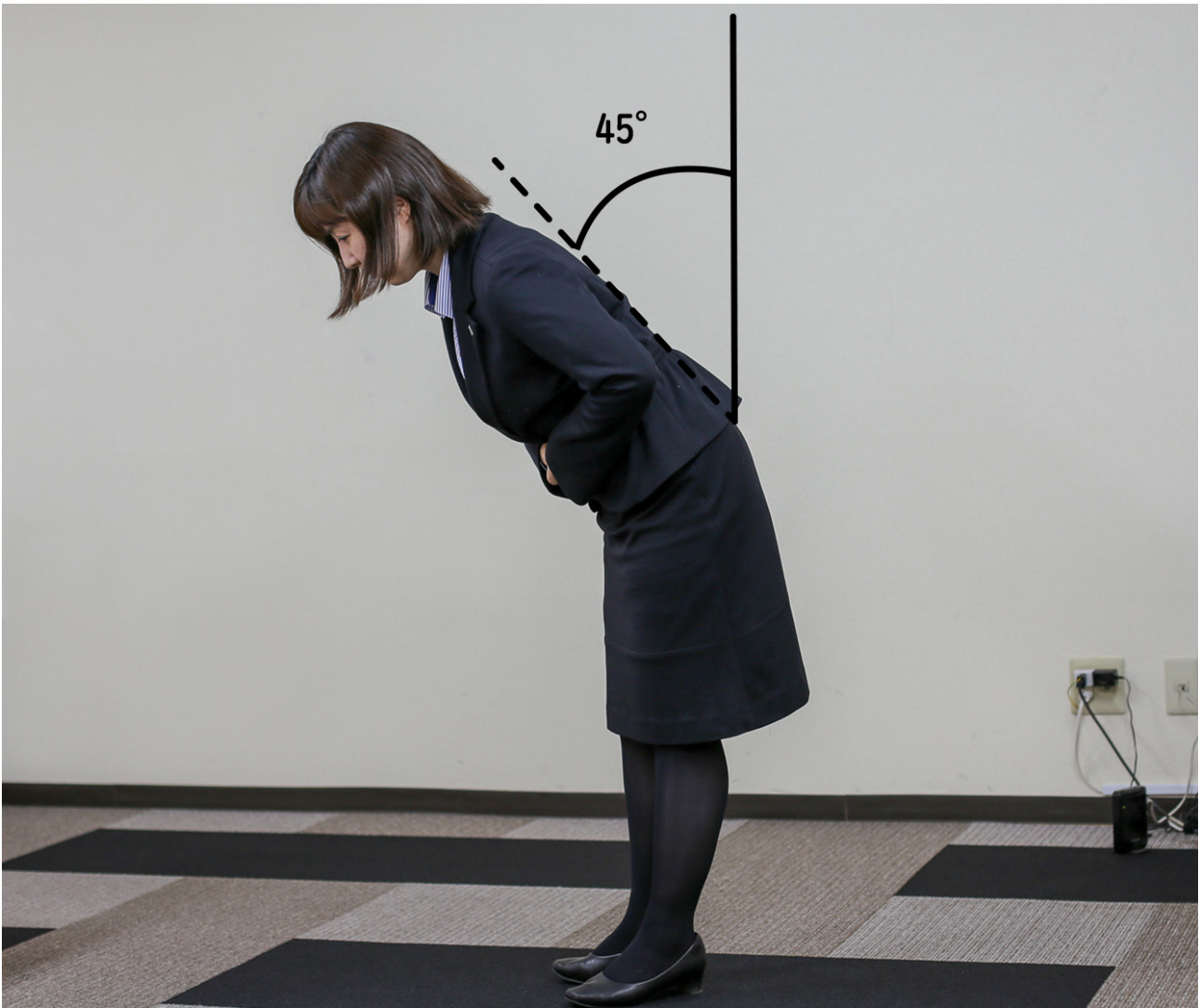


Slika 10. Pravilan naklon od 30 stepeni, *keirei*. Ovo je naješći oblik naklona i koristi se pri upoznavanju, pozdravljanju, pri izražavanju molbe, i slično. Kao što vidimo na slici, glava je u istoj liniji sa telom, leđa su prava i pogled je usmeren u tačku oko dva metra ispred tela. Ovaj naklon traje 1-2 sekunde i čest je u poslovnoj komunikaciji.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> ibid.





Slika 11. Naklon od 45 stepeni, *saikirei*. Ovo je formalni oblik naklona i koristi se u svečanim prilikama, ali i kao izraz zahvalnosti, izvinjenja, ili dobrodošlice. Ako se često koristi, izgleda pretenciozno, pa sa njegovom upotrebom ne treba preterivati. Kao što se vidi, leđa su potpuno prava i pod uglom od 45 stepeni. Vrat je u liniji sa leđima, a pogled usmeren oko 1 metar napred. Ovaj naklon traje oko 3 sekunde.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> *ibid.*



Slika 12. Naklon od 90 stepeni. Koristi se prilično retko, pri izražavanju izuzetne zahvalnosti ili dubokog izvinjenja.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> *ibid.*

## SEDENJE U JAPANSKOJ KULTURI

Iako je danas u Japanu uobičajeno sedenje na stolici i mnogo je manje kuća sa podnom oblogom *tatami*<sup>28</sup> na kojoj se sedi (Tazaki, 2012), tradicionalno sedenje na podu još uvek je veoma rasprostranjeno. Ipak, primetno je da je i pri sedenju na stolici položaj tela Japanaca nešto strožiji nego na Zapadu. Marč kaže da se na javnom mestu često mogu videti kako muškarci, tako i žene koje tiho i nenametljivo sede skrštenih ruku (March, 1990).

Neki autori smatraju da je visok stepen *enryo* u pokretima tela u sedećem položaju rezultat tradicionalnog načina sedenja. Na primer, Neustupni primećuje da je sedenje na podu, koje ograničava pokret više nego sedenje na stolici, uticalo na to da Japanci budu manje pokretljivi i krući čak i kada je sedenje na stolici postalo uobičajeno, a prekrštanje nogu se još uvek ne smatra najpristojnijim. Autor kaže: “Sedeći položaj u Japanu je obično “klasičniji” nego na zapadu, bilo da sede na stolici ili podu (*tatamiju*). Položaj nogu i ruku je ograničeniji. Na primer, na koncertu će većina ljudi sedeti pravo sa rukama na kolenima ili krilu. Naslanjanje na jednu stranu, ili sedenje previše nisko na stolici odaje mnogo više neformalnosti nego što je to slučaj u Americi ili Evropi. Pored toga, mnogi Japanci danas prekrste noge kada sede na stolici i tome se ne pridaje posebno značenje. Međutim, u konzervativnijim situacijama mlađi ne bi trebalo da prekrštaju noge pred starijima”<sup>29</sup>(Neustupny, 1987:140-141). The Sydney morning Herald navodi da se osobama koje ulaze u posao sa Japancima nikako ne preporučuje da prekrste noge postavljajući članak jedne noge na koleno druge, jer se to u Japanu smatra izuzetno nepristojnim<sup>30</sup>

Postoji nekoliko sedećih položaja tipičnih za japansku kulturu, a najrasprostranjeniji su: *seiza*, *agura* i *hiza-kakushi*. Najformalniji od njih, a ujedno i najkarakterističniji upravo za japansku kulturu, je *seiza* (ispravno sedenje), kod koje osoba sedi nogu savijenih ispod tela. Pri okupljanjima koja se odvijaju u tradicionalnim japanskim prostorijama (na *tatamiju*), ovo je osnovni položaj kada se razmenjuju pozdravi. Mlađim Japancima, koji obično ne borave na *tatamiju*, ovaj položaj je neudoban i nekada ne mogu da uspravno sede ili pravo hodaju nakon što provedu duže vreme u *seiza* položaju. Naravno, ovaj položaj oštećuje pantalone. Nakon razmene pozdrava, domaćin obično predloži da gost sedne u udobniji položaj. Za muškarce to je *agura* (sedenje prekrštenih nogu). Vrlo je bitno da žene ne sede prekrštenih nogu. Za njih, neformalni sedeći položaj je sedenje nogu savijenih duž (a ne ispod) tela<sup>31</sup>. Ovaj položaj naziva se i *hiza-kakushi*.

Kao što smo naveli, danas se po pravilu sedi na stolici. Doduše, kod kuće se ljudi odmaraju na *tatamiju* u sobama u japanskom stilu, ili čak i na tepihu, ali to ređe čine van kuće. Danas retko

---

<sup>28</sup> Tradicionalna japanska podna obloga od slame.

<sup>29</sup> “The Japanese sitting posture is normally more “classical” than the Western one, whether they sit on a chair or on the floor (*tatami*). The position of one’s legs and arms is subject to more constraints. For instance, at a concert most people will sit straight with their hands on their knees or in their lap. Leaning against one side, or sitting too low in the chair communicates much more informality than it normally would in America or Europe. Further, many Japanese now cross their legs when sitting on a chair and no special meaning is attributed to the fact. However, in the more conservative system junior participants should not cross their legs in front of seniors. (Neustupny,1987:140-141)”

<sup>30</sup><https://www.smh.com.au/business/small-business/never-cross-your-feet-in-japan-20140804-3d4dv.html>[4.12.2018.]

<sup>31</sup> “When sitting on the floor there are three basic types of positions. The most formal one is called *seiza* (correct sitting), in which the person sits with legs folded underneath the body. In encounters that take place in a traditional Japanese room (on the *tatami*), this is the basic posture in which greetings are exchanged. Younger Japanese, who do not normally live on *tatami*, find this position uncomfortable, and sometimes cannot stand up or walk straight after having assumed it for a long period of time. Of course, it also has a damaging effect on men’s trousers. After the greetings are over, the host usually suggests that the guest changes to a more comfortable position. For men this is *agura* (sitting cross-legged). It is very important to realize that women never sit cross-legged. Their informal sitting position is to fold their legs along (rather than underneath) their body.(Neustupny,1987:140-141)”

koji Japanac sedi na zemlji ili čuču, a *seiza*, sedenje na petama koje je tako karakteristično za japansku kulturu, nije više tako popularna, naročito kod mlađe populacije. Moderan zapadnjački stil sedenja na stolici, koji je usvojen u peiodu Meiđi, danas prevladava. Kada je reč o sedenju na stolici, jedina razlika između Japana i zapada je u tome što se u Japanu uvek skidaju cipele pre ulaska u kuću (Tazaki, 2012).



Slika 13. Dve Japanke sede u položaju *seiza* tokom čajne ceremonije<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Preuzeto sa: [<http://www.hoshinoresorts-magazine.com/en/seiza-japan/>] poslednji put pristupljeno 10.11.2019.



Slika 14. Japanac i Japanka sede u položaju seiza i agura i peku tradicionalne kolače *mandu*.<sup>33</sup>

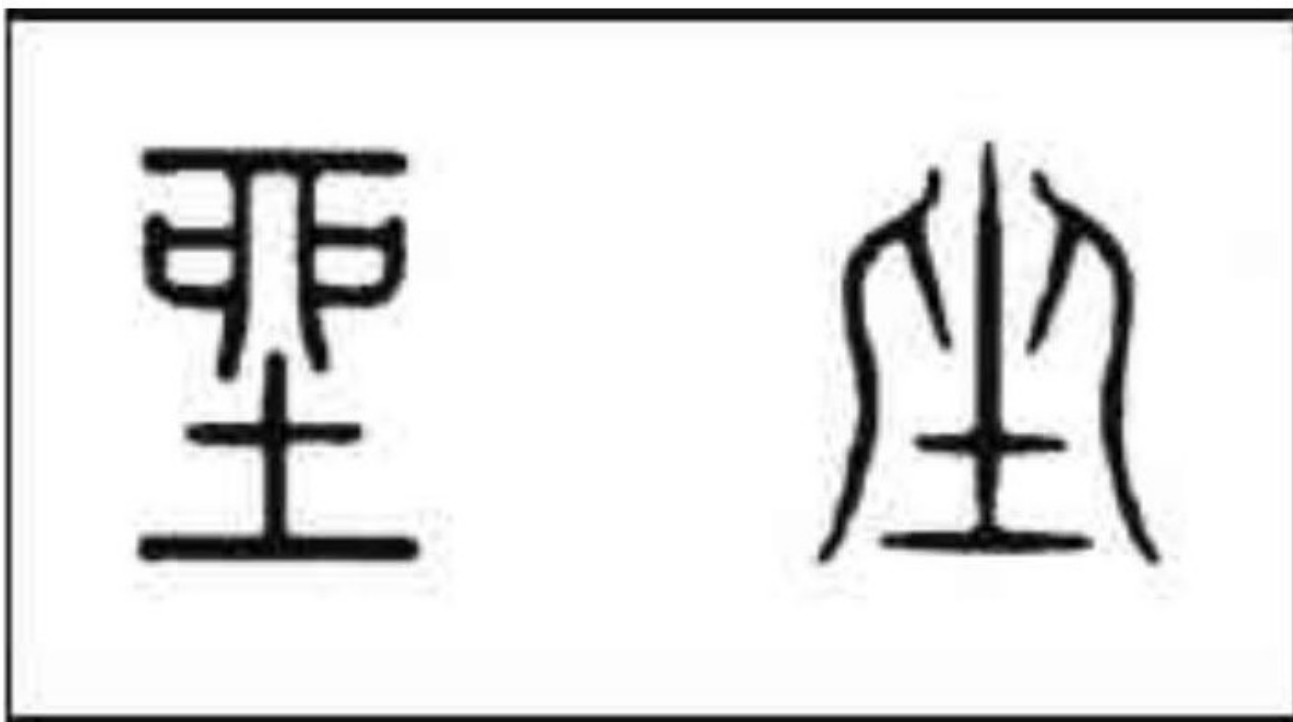
---

<sup>33</sup> Preuzeto sa: [<http://www.hoshinoresorts-magazine.com/en/seiza-japan/>] poslednji put pristupljeno 10.11.2019.

U narednom delu prikazaćemo neke bitne karakteristike tradicionalnog načina sedenja u japanskoj kulturi, kao i kratak pregled istorije sedenja.

### TRADICIONALNO SEDENJE NA PODU U JAPANU

U japanskom pismu, za glagol *sedeti* (*suwaru*, 座る) danas se koristi ideogram 座, ali ispravni oblik ovog ideograma bio je坐. Strogo govoreći, 座 predstavlja mesto na kom se sedi, dok 坐 predstavlja čin sedenja. Kada se ideogram 坐 raščlani na radikale, dobijamo 人+人+土, odnosno dva čoveka i zemlju. Tako možemo zaključiti da je ovaj ideogram izvorno predstavljao dve osobe koje sede na zemlji licem u lice, a kasnije je dobio značenje dve osobe koje sede na klupi. Izgleda da je u drevnoj Kini najpre predstavljao sedenje na zemlji a zatim dobio značenje sedenja na stolici, nakon što su nomadski osvajači doneli stolice u Kinu (ibid.)



Slika 15. Starokineski ideogram za sedenje<sup>34</sup>

<sup>34</sup> Preuzeto sa [[http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iaSU2012\\_Proceedings\\_205.pdf](http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iaSU2012_Proceedings_205.pdf)] poslednji put pristupljeno 12.11.2019.



Slika 16. Shuroken je prostorija za čajnu ceremoniju koja predstavlja repliku čajdžinica Zangetsutei i Fušinan škole Omotesenke, koje su bile uništene u požaru 1788. Masao Nakamura ih je dizajnirao na osnovu starih nacrti.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Dostupno na [<https://ameblo.jp/ege399/image-10610595783-10676412932.html>] poslednji put pristupljeno 1.08.2019.

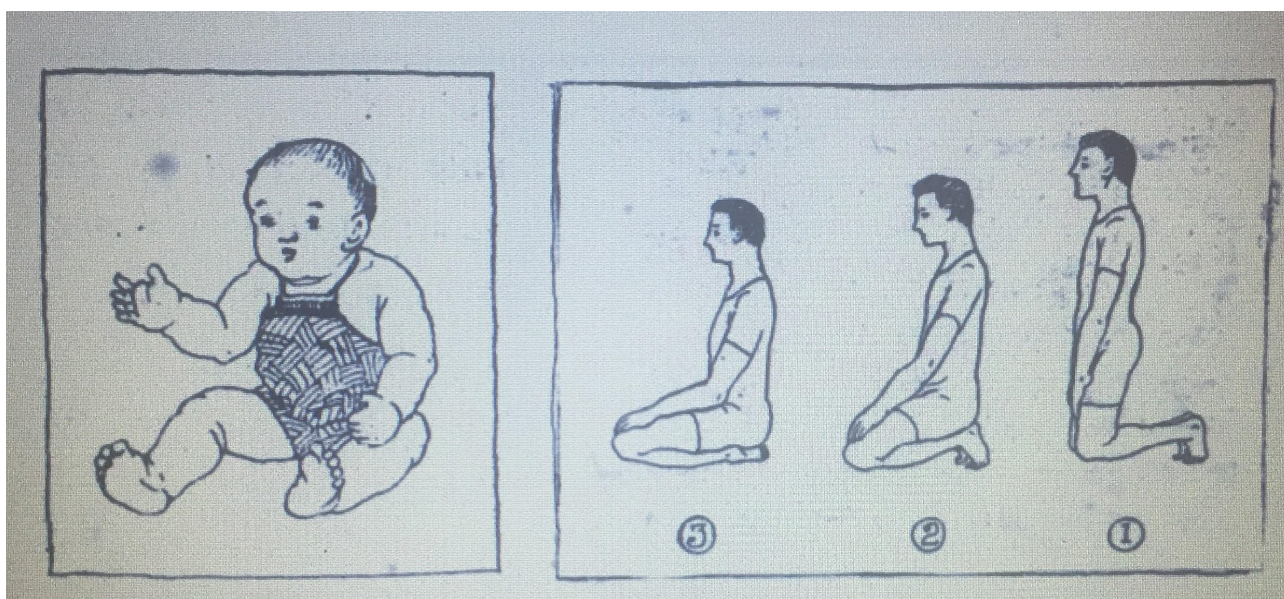


Slika 17. Tradicionalni ryokan sa tatamijem gde je kompletan nameštaj na podu. Dostupno na: [<http://www.hoshinoresorts-magazine.com/en/seiza-japan/>] poslednji put pristupljeno 10.11.2019.



Podaci o sedenju u drevnom Japanu mogu se naći u dokumentima kao što su dnevници aristokrata i sveštenika, kao i na statuama, glinenim figurama po nazivu *haniwa* i slikama. Neki svici iz perioda od kraja Heian perioda<sup>36</sup> do Kamakura perioda<sup>37</sup> ilustruju životne situacije ljudi u tom periodu. Na osnovu ovih dokumenata uočavamo da je u 12. veku u okolini Kjotoa vladajuća klasa, kao i obični ljudi, živela ne osvrćući se na formalne običaje. Cuneići Miyamoto kaže da su aristokrate i samuraji sedeli opušteno u položaju *agura*, na goloj zemlji. Po autoru, iako su imali višespratne kuće, nisu gajili prezir prema zemlji i na njoj su se osećali sigurno. Sa druge strane, za obične ljude koji su uglavnom imali male, zemljane kuće i šetali bosonogi, zemlja i tlo su bili uobičajeni mnogo više nego za današnjeg čoveka. Izgleda da zemlju koja se zadržava na odeći i đonovima cipela nisu smatrali prljavom (Miyamoto, 1981). Kada je padala kiša i nisu mogli da sede na zemlji, tada su čučali. Čučajući položaj defekacije je prikazan na mnogim ilustrovanim svicima. Ovaj položaj je bio popularan u Japanu do nedavno, kada su toaleti u zapadnom stilu postali dominantni (Tazaki, 2012).

Koići Sato, profesor koji je osnovao Katedru za arhitekturu na Univerzitetu Vaseda i bio jedan od pokretača obrazovanja žena u oblasti arhitekture, organizovao je pokret za konzervaciju tradicionalnih kuća u saradnji sa Kuniom Janagidom i Vađiru Konom. Takođe je napisao dela “Istorija zapadne arhitekture” i “Stambena arhitektura”. Ovaj autor se u okviru svog istraživanja bavio i različitim aspektima svakodnevnog života. Klasifikovao je položaje ljudskog tela u tri kategorije: stojeći, sedeći i ležeći. U opisu ovih položaja autor navodi da je stajanje vezano za pokret, ležanje za odmaranje, dok je sedenje, položaj između stajanja i ležanja, položaj u kome se obavljaju aktivnosti koje ne zahtevaju mnogo kretanja. Po Satou, postoje dva tipa sedenja: sedenje na podu i sedenje na uzdignutom sedištu ili stolici (Sato, 1927).



Slika 18. Sedeći položaji prema klasifikaciji Jošita Harade. Kikyo (levo) i tri tipa kiza položaja (desno)<sup>38</sup>

<sup>36</sup> Period Heian trajao je od 794. do 1185. godine.

<sup>37</sup> Period Kamakura trajao je od 1185. do 1333. godine.

<sup>38</sup> Satoh (1927). Dostupno na [[http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iasu2012\\_Proceedings\\_205.pdf](http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iasu2012_Proceedings_205.pdf)] poslednji put pristupljeno 12.11.2019.

Sa druge strane, Jošihito Harada navodi sledeće tipove sedenja: *seiza* (ispravno sedenje), *kikyo* (sedenje ispruženih nogu), *sonkyo* (čućanje) i *fuza* (sedenje prekrštenih nogu), pri čemu je *seiza* vrsta položaja *kiza* (sedenja na petama savijenih nogu). Iako reč *seiza* na japanskom jeziku znači ispravno sedenje, ovaj položaj je zapravo jako neprirodan i može prouzrokovati bol u nogama i kolenima. Nasuprot tome, *kikyo* je prvi sedeći položaj bebe i zapravo je najprirodniji za ljudsko telo. Tacukići Irisawa napisao je u eseju o sedenju u japanskoj kulturi da su stranci smatrali položaj *seiza* čudnim običajem, koji se može porediti sa povezivanjem stopala u Kini ili alkama u nosu u Indiji. Ovaj autor navodi da je u prošlosti gospodar sedeo ponosno, skrštenih nogu u položaju *agura*, dok su sluge sedele na petama kako bi mogle brzo da ustanu i poslušaju naređenje gospodara (Irisawa, 1912). Nakon toga je Koići Sato podelio sedenje na petama na tri tipa, koji su aktivniji nego drugi sedeći položaji kao što su *kikyo* i *agura*, iz kojih se teško ustaje. Ako je sedenje suprotnost stajanju, onda su *kiza* i *seiza* položaji pripreme za stajanje i predstavljaju privremene položaje (Sato, 1927). *Seiza* predstavlja reprezentativan položaj u japanskoj kulturi (Sato, 1927).

Postoje podaci da je položaj *seiza* bio zastupljen još u Heian periodu<sup>39</sup>, a postao je i ključni element čajne ceremonije u Japanu. Međutim, reč *seiza* nije bila navedena u prvom modernom rečniku Genkai iz 1889. godine. Danas rečnik Kojien definiše položaj *seiza* kao “sedenje u ispravnom položaju”, bez previše detalja. Dakle, kao što navodi Tazaki, *seiza* je element japanske kulture koji se podrazumeva i ne postoji potreba da se posebno objašnjava (Tazaki, 2012).

Kako navodi Tazaki, iako je u prvoj polovini perioda Meiđi<sup>40</sup> sedenje u položaju *seiza* već uveliko postojalo, nije imalo ovaj naziv. Bilo je i drugih sedećih položaja, a sedenje u položaju *seiza* bilo je uobičajeno prilikom čajne ceremonije, molitve i izraza poštovanja. Ovo nije položaj za relaksaciju. Međutim, kako se u Japanu i obrok smatra svojevrsnom ceremonijom, uvreženo je mišljenje da i tokom obroka treba sedeti u položaju *seiza*. Takođe, prilikom izgovaranja sutri u hramu ili kod kuće, uobičajeno je sedenje u ovom položaju.<sup>41</sup>

Poznato je da je položaj *seiza* postao rasprostranjen sa razvojem čajne ceremonije, iako nije bio obavezan u njenim ranijim fazama. Nakon što je Sen Rikju usavršio čajnu ceremoniju, sedenje u položaju *seiza* postalo je njen sastavni deo, jer je davalo religijski značaj sekti zen (Tazaki, 2012). Kako navodi Isao Kumakura, položaj tela prilikom čajne ceremonije promenio se iz *agura* u *seiza* u ranim fazama ove ceremonije u Japanu, a ispijanje čaja praktikovalo se da bi učenici zena predahnuli i oterali san. U početku zen nije bio tako strog, a čajna ceremonija kao asketski ritual u okviru zena s vremenom je stekla strogu, religijsku formu koja uključuje dugo i često bolno sedenje u položaju *seiza*. Kako je čajna ceremonija poprimila religijski značaj, položaj *seiza* je postao njen obavezni deo, a počela je da se izvodi u asketskom prostoru poznatom kao *koma*, maloj, skućenoj sobi koja kao da uslovljava sedenje u strogoj formi položaja *seiza* koja se naziva *tanza*, uspravno sedenje (Kumakura, 1977).

Kako je u Edo periodu<sup>42</sup> društvo steklo stabilnost i kako su se razvile različite formalnosti, sedenje u položaju *seiza* je postalo važan deo života, naročito u nekim gradovima. Međutim, u ruralnom Japanu su se često viđali drugi sedeći položaji, na podu i sl. Neprirodan položaj kao što je *seiza* bio je vrlo efektan u održavanju novouspostavljenih društvenih ustanova. Na početku perioda Meiđi nova vlada je formirala političke sisteme po uzoru na moćne zapadne države. Pored toga,

---

<sup>39</sup> Heian period trajao je od 794. do 1185. godine

<sup>40</sup> Period Meiđi trajao je od 1868. do 1912. godine

<sup>41</sup> Sličan položaj može se videti na mestima molitve širom sveta. Muslimani se mole u ovom položaju gde god da se nalaze u vreme molitve, a hrišćani kleče kada se mole u crkvi. Dakle, položaj *seiza* postoji i van Japana, iako nije tako široko rasprostranjen (Tazaki, 2012).

<sup>42</sup> Period Edo ili Tokugawa trajao je od 1603. do 1868. godine.

posvetila je veliku pažnju i školovanju kako bi se formirao nacionalni identitet modernog Japana koji će biti svojstven celom narodu. Tako se u školama negovao položaj *seiza*, koji je u ovom periodu ujedno i dobio naziv. U periodu Meiđi, pre nego što je naziv *seiza* postao popularan, Nacume Soseki je ovaj sedeći položaj opisao kao sedenje u znak poštovanja. Ovaj podatak govori o tome da *seiza* nije bio čest položaj u svakodnevnom životu običnih ljudi (Tei, 2009). Kako se modernizacija nastavljala, a Japan postao sila u razvoju, ovaj sedeći položaj je postao reprezentativan sedeći položaj za Japance i za njega je usvojen naziv *seiza*.

Da bi ojačala nacionalni identitet, vlada Meiđi je dala politički značaj ovom sedećem položaju. Položaj *seiza*, koji je strancima izgledao vrlo neprirodno i neobično, postao je reprezentativni sedeći položaj koji je negovala Škola manira Ogasavara. Kako bi ojačala individualnost Japana, vlada je namerno usvojila ovaj karakteristični položaj čija je neprirodnost bunila strance. Takođe, kako bi se učvrstila slika o unificiranom Japanu, vlada je kako od stranaca, tako i od Japanaca krila da je sedenje na zemljanom podu još uvek uobičajeno na selu. Položaj *seiza* se mogao videti u raznim situacijama po čitavom Japanu, ali su postojali i razni drugi sedeći položaji.

Kao što se vidi, od davnina su u japanskoj kulturi postojali razni oblici sedenja na podu, ali je *seiza* od davnina najtipičniji za japansku kulturu i čak je igrao ulogu u formiranju nacionalnog identiteta. Ovaj položaj je vrlo strog i po prirodi podrazumeva i enryo, jer ima krutu formu i ne dozvoljava slobodno kretanje.



Slika 19. levo: Ljudi sede pred kapijom (Legende hrama Kasuga, period Kamakura)<sup>43</sup>  
desno: Ratnici sede na zemlji (Legende hrama Kitano), period Kamakura<sup>44</sup>

<sup>43</sup> Kasuga-Gongen-Reikenki, ostupno na [[http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iasu2012\\_Proceedings\\_205.pdf](http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iasu2012_Proceedings_205.pdf)] poslednji put pristupljeno 12.11.2019.

<sup>44</sup> Kitano Tenjin Engi, dostupno na [[http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iasu2012\\_Proceedings\\_205.pdf](http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iasu2012_Proceedings_205.pdf)] poslednji put pristupljeno 12.11.2019.



Slika 20. levo: Sedenje u molitvi (Legende hrama Kasuga, period Kamakura)  
Desno: (Ilustrovana biografija sveštenika Ipena, period Kamakura)<sup>45</sup>

## PROTOKOL SEDENJA U JAPANU

Pored položaja tela pri sedenju, veoma je važan i raspored sedenja koji se određuje po hijerarhiji prisutnih. De Mente kaže da nema biznismena koji je boravio u Japanu a da se nije susreo sa protokolom sedenja. Po ovom autoru, za Japance je veoma bitno mesto u prostoriji, a rang i status neke osobe igraju veliku ulogu u određivanju mesta na kome će ta osoba sedeti.

Protokol sedenja datira još od perioda princa Šotoku, koji je u sedmom veku usvojio kineski sistem određivanja ranga dvorskih zvaničnika. Ovaj princ je uveo običaj sa kineskog dvora da se mesto sedenja određuje na osnovu hijerarhije. Naime, što je zvaničnik po hijerarhiji bliži caru, to je njegovo mesto bliže čelu stola. Ovaj običaj je kasnije usvojen i u japanskom društvu.

U Japanu, kao i u drugim kulturama, svaka soba ima “čelo” ili “mesto moći” gde po pravilu sedi ili stoji osoba najvišeg ranga. Takođe, gosti visokog ranga se često upućuju na počasno mesto. Ovo “sedište moći” naziva se “kami-za”, ili “više mesto” u japanskom jeziku. U kući u japanskom stilu ili prostoriji sa *tatamijem* u restoranu, *kami-za* je mesto najbliže niši u zidu u koju se stavlja cveće, svitak sa kaligrafijom ili drugi ukrasi.

U sobi zapadnog stila, kancelariji ili konferencijskoj sali, ljudi višeg ranga obično sede najdalje od vrata i/ili prozora, a u kolima na zadnjem sedištu iza vozača.

Japanci često upućuju strane goste na mesto koje smatraju adekvatnim njihovom rangu i statusu, a ponekad i vode do tog mesta ukoliko su nevoljni da budu u čelu stola ili ne znaju za taj običaj (De Mente, 1993).

Kao što vidimo, sedenje u japanskoj kulturi, a naročito u formalnijim situacijama, podrazumeva visok stepen *enryo*. U prisustvu drugih, predstavnici japanske kulture se uzdržavaju od pokazivanja potrebe da se opuste, da bi zadržali dobru sliku o sebi, odnosno sliku lepo vaspitane osobe. Može se reći da je kod žena pri sedenju *enryo* izraženiji nego kod muškaraca.

<sup>45</sup> Ippen-Shonin-Eden, dostupno na [[http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iasu2012\\_Proceedings\\_205.pdf](http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iasu2012_Proceedings_205.pdf)]poslednji put pristupljeno 12.11.2019.

おもいやり  
エレベーター  
priority elevator



混雑時はゆずりあって  
ご利用ください



Slika 21. Natpis na liftu stanice JR. Engleska verzija kao razlog da ustupimo lift osobama kojima je to neophodno navodi reč “priority”, dok japanska sugeriše da treba imati *omoiyari*.

## ENRYO U DRUGIM OBLICIMA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE

Dok su naklon, nedodirivanje i “kruto” sedenje tipični oblici neverbalne komunikacije koji odražavaju *enryo*, on je prisutan i u još nekim njenim formama.

Jedno od bitnih pravila japanske neverbalne komunikacije je izbegavanje direktnog kontakta očiju (ovde se *enryo* manifestuje u suzbijanju radoznalosti da ne bismo bili nepristojni ili uvredili nekoga). Direktno gledanje u nekoga se izbegava jer se smatra znakom nepristojnosti, pretnje ili nepoštovanja i Japanci se od detinjstva uče da skreću pogled, ili gledaju u vrat (Hall & Hall, 1990; Kasahara, 1986; Kitao & Kitao, 1987, 1989; Morsbach, 1973; Richie, 1987; Rush, 1984; Watson, 1970).

Dve studije sprovedene u Americi sedamdesetih i osamdesetih godina svedoče o tome da Japanci manje direktno gledaju jedni u druge. Hatorijevo istraživanje (Hattori, 1987) pokazalo je da je kontakt očima ređi kod studenata Japanaca nego kod Amerikanaca. Takođe, istraživanje sprovedeno sedamdesetih godina pokazalo je da se Japanci nelagodno osećaju pri intervjuu ukoliko osoba koja ih intervjuje uporno gleda u njih (Bond&Kornai, 1976).

*Enryo* je često prisutan u situacijama kada se služi hrana ili piće. Naročito je izražen u prisustvu starijih ili nadređenih osoba, kada će se mlađi i podređeni truditi da jedu i piju što je manje moguće, kao i da se ne služe prvi. Takođe, u Japanu nije uobičajeno postavljati gostu mnogo pitanja u ovakvim situacijama. Doi (1981) je pisao da je bio na mukama u inostranstvu kada ga detaljno zapitkuju šta bi pojeo ili popio, jer u Japanu nije uobičajeno direktno izražavanje sopstvenih želja. Jedna studija iz devedesetih godina (Marriott, 1993) koja je ispitivala ponašanje Japanaca i Australijanaca u poslovnim situacijama pokazala je da neki Japanci nepovoljno reaguju kada im se ponudi izbor napitaka. Naime, dok je u Australiji ljubazno ponuditi gosta pićem i dati mu da bira između kafe, čaja i dodataka uz njih, u Japanu se piće obično služi automatski, i pored posluženog napitka se ne nudi nikakva alternativa. Studija je pokazala da se, s jedne strane, Australijancima nije preterano dopalo da ih niko ne pita šta bi popili, a da se, sa druge strane, nekim Japancima ne dopada kada im se nude razni napici i dodaci uz njih, jer to stavlja suviše jak akcenat na individualizam. Slična je situacija i kada je reč o hrani. Dok se Australijancima nije dopalo kada Japanci unapred naruče posluženje, u Japanu je uobičajeno da domaćin odredi meni za goste (Marriott, 1993, Befu, 1974). Ovo oklevanje da se izraze sopstvene želje je očigledna manifestacija *enryo* (Lebra, 1976:125).

*Enryo* se može manifestovati i odsustvom nekih neverbalnih izraza ili reakcija, naročito kada postoji hijerarhijska distanca između prisutnih. Na primer, kako primećuje Čie Nakane, podređeni će se uzdržavati ne samo od izražavanja sopstvenog mišljenja, već i od toga da se prvi nasmeje pred nadređe, nim (Nakane, 1973:51).

Najzad, napomenuli bismo da je, s obzirom na snažno prisustvo *enryo* u japanskom društvu i na to da Japanci vrlo često skrivaju želje i potrebe, uobičajeno da okruženje pokušava da iz konteksta nasluti šta pojedinac misli kako bi mu ugodilo (Hall&Hall, 1990; Ishii, 1984; Ishii&Bruneau, 1991; Kitao&Kitao, 1985; Lebra, 1976; Morsbach, 1988a; Munakata, 1986; Reishchauer, 1988). Stoga će se Japanci osloniti na sposobnost druge osobe da sama nasluti šta pojedinac želi da kaže (Doi, 1988; Ishii, 1984; Lebra, 1976). Ovakvo naslućivanje potreba i želja neke osobe u japanskom jeziku se naziva “čitanje atmosfere” (“*kuuki wo yomu*”) i vrlo je poželjna osobina. U empirijskom delu našeg istraživanja biće više reči o tome da li se i u kojoj meri Japanci uzdržavaju od jela i pića, kao i od gledanja u neku osobu.

Kako je neverbalna komunikacija usko povezana sa verbalnom, neizbežno je da *enryo* bude vrlo izražen i u japanskom jeziku. U nastavku ćemo ukratko predstaviti kako se on ispoljava.

### 2.3.2. JAPANSKI JEZIK

Kao što smo videli, u japanskoj neverbalnoj komunikaciji *enryo* implicira izvesnu strogost, kao i želju da se ne nameću ili da ne uznemiravaju drugoga. Isto tako, smatramo da i u jeziku postoje neka pravila koja su vezana za *enryo*.

Smith kaže da japanska deca, pa ni odrasli, ne koriste ličnu zamenicu za sebe u svakodnevnom govoru. Takođe se očekuje da osoba što je manje moguće ukazuje na sebe. Reč koja se pri tome najčešće koristi je *enryo* (za koji Smit navodi prevod *reserve* i *restraint*). Smit navodi da je jedan od oblika *enryo* i uzdržavanje od iskazivanja sopstvenog mišljenja (Smith, 1983:83).<sup>46</sup>

O ukazivanju na sebe i korišćenju lične zamenice za prvo lice govori i Suzuki (1978), koji navodi da su, dok se u indoevropskim jezicima, pa tako i u engleskom, lične zamenice koriste u doslovno svakom razgovoru, u japanskom jeziku one tabuisane reči. Tokom istorije, često su smenjivale jedna drugu<sup>47</sup>, a čak i danas se izostavljaju u razgovoru kad god je to moguće. Kratak istorijski pregled nastanka zamenica u oba jezika pružiće nam dublji uvid u razumevanje ovog problema.

Japanski jezik je tek u 19. veku počeo da koristi lične zamenice (Suzuki: 1978:10). Naime, u ovom periodu je preveden veliki broj stranih naslova sa engleskog na japanski jezik, pa su i japanske lične zamenice nastale zbog neophodnosti da se nađu prevodni ekvivalenti za engleske, koje su bile u čestoj upotrebi. Zapravo, japanske lične zamenice su preuzete iz klase imenica, ali su pored osnovnog dobile i novo, zameničko značenje<sup>48</sup>.

S obzirom na način njihovog nastanka, ne možemo poreći da u japanskom jeziku zamenice nisu usvojene na najspontaniji način, te je i logično da njihova upotreba nije tako česta. Štaviše, u japanskim gramatikama zamenice se tek od nedavno pominju kao zasebna klasa reči. Stoga i ne iznenađuje što se, za razliku od većine evropskih jezika gde zamenica najčešće prati glagol<sup>49</sup>, u japanskom one često izostavljaju, a naročito kada je reč o prvom licu. Takođe, kada se u japanskom jeziku upotrebe, zamenice izražavaju nivo formalnosti, odnosno bliskost između govornika i sagovornika<sup>50</sup>.

---

<sup>46</sup> "Japanese children generally employ no self-referents at all in ordinary speech. It is also the case that a person is generally expected to call as little attention to himself as possible. The word most commonly used in this connection is *enryo*, "restraint" or "reserve". One way to express *enryo* is to avoid giving opinions (Smith, 1983: 83)".

<sup>47</sup> Inače, dok je u engleskom jeziku redukovana deklinacija i donekle izmenjen oblik zamenica, a značenje zadržano, u japanskom su se ranije koristile sasvim druge reči! Na primer, lične zamenice 拙者 (*sessha*), 某 (*soregashi*), 妾 (*warawa*), 卿 (*kei*), 貴公 (*kikou*), i još neke, arhaični su oblici koji više nisu u upotrebi.

<sup>48</sup> U pred-Meidi periodu (1868-1912), u Japanu je počinjao intenzivan razvoj nauke o sopstvenom jeziku. Istovremeno je, prilikom sve učestalijih dodira sa evropskim narodima, nastala i težnja da se upozna evropska kultura i jezik. Na taj način došlo je do upliva evropskih uticaja u japanski. Za to vreme, na Zapadu su započeta istraživanja jezika neevropskih naroda. Evropska lingvistička misao pri tome je težila da postojeće principe primeni na istraživanje do tada nepoznatih jezika (Tričković, 2009).

<sup>49</sup> Na primer, u engleskom jeziku zamenica gotovo neizostavno prati glagol. Jedini izuzetak su rečenice u imperativu i pojedini eliptični izrazi kao što su: "Been here long?" i slično.

<sup>50</sup> Evo šta u tekstu *Lice u japanskom jeziku sa posebnim osvrtom na zamenice*, kaže Divna Tričković:

„Činjenica je da je upotreba zamenica u ovom dalekoistočnom jeziku pretežno ograničena na familijarne ili situacione odnose. Uz to, lične zamenice u japanskom jeziku nisu stalne prirode, već su uglavnom *posuđene* od drugih vrsta reči, najčešće imenica, i reči prvobitno drugačijeg značenja, a njihovo opstajanje u jeziku, takoreći, dobrim delom zavisi od modnih trendova u društvu i jeziku. To objašnjava pojavu da se

Kao što se vidi, *enryo* se u japanskom jeziku ispoljava u vidu izostavljanja zamenice (pre svega zamenice prvog lica) čime govorni predstavnik japanskog jezika ne skreće pažnju na sebe. Takođe, izostavljanje zamenice drugog i trećeg lica neretko je posledica *enryo*, jer su ove zamenice često obeležje bliskosti.

Takođe, u Japanu postoji *keigo* - učtivi jezik koji ima honorifične i ponizne oblike. Tako ćemo u prisustvu starije ili nadređene osobe, za isti glagol, u zavisnosti od toga da li govorimo o nadređenoj osobi ili o sebi, koristiti honorifični, odnosno ponizni oblik. Na primer, glagol *suru* (raditi) ima honorifični oblik *nasaru* i ponizni oblik *itasu*. Glagol *iku* (ići) ima honorifični oblik *irassharu* i ponizni oblik *mairu*. Veliki broj glagola ima posebne honorifične i ponizne forme. Ukoliko ovakva forma ne postoji, kada govorimo o starijoj ili nadređenoj osobi, koristićemo pasiv. Pored glagola, *keigo* podrazumeva i poseban registar zamenica, prefiksa i sufiksa imenica, itd. Tako će se zaposleni u hotelima, salonima lepote, restoranima, ali čak i u Mekdonaldu gostima obraćati sa *o-kyaku-sama*<sup>51</sup>, a ukoliko gostu ne mogu da rezervišu termin ili nemaju nešto što gost traži, umesto uobičajenog *sumimasen*, koristiće veoma formalni oblik izvinjenja *moushiwakegozaimasen*. *Enryo* je neizostavan pratilac ovakvog načina komunikacije, a stepen *enryo* zavisi od toga koliko nam je neka osoba nadređena u hijerarhiji. Stoga će i neverbalno ponašanje kada se koristi ovakav formalni jezik biti formalnije. Napomenuli bismo da žene koriste *keigo* češće nego muškarci

### 3. RAZLOZI ZA POSTOJANJE ENRYO

#### 3.1. PRIPADNOST GRUPI

Mnogi stranci koji borave u Japanu ili viđaju Japance širom sveta često primećuju da se oni obično kreću u grupi. Čak i sami Japanci neretko govore da im je teško da nauče strani jezik čak i kada borave u inostranstvu, jer su stalno okruženi drugim Japancima. O važnosti grupe u Japanu pisali su mnogi autori (Benedict, 1973; Nakane, 1973; Lebra, 1976; Cohen, 1991; Ishii, 1975; Ishida, 1989). Ovde ćemo predstaviti neke od bitnih karakteristika vezanosti za grupu.

Takeši Išida navodi da tradicionalni sistem vrednosti pre Meidi restauracije podrazumeva da su, budući da u japanskom društvu nema transcendentálnih vrednosti poput Boga, vrednosti bile usmerene na održavanje i napredak grupe (Išida, 1989:4). Pored toga, neki autori smatraju da je japanski moral pre svega zasnovan na mišljenju okruženja. Rut Benedikt (Benedict, 1973: 287-288) navodi da se japanskoj deci od detinjstva ističe koliko je značajno da ih okolina prihvati, i kao nagrada za određene postupke im se obećava da će ih "svet" prihvatiti, a kao kazna se navodi da će im se "svet" smežati. Ova autorka smatra da je ovakvo postupanje izrazito strogo u Japanu u odnosu na ostatak sveta, kao i da se Japanac plaši da "svet" može znati gotovo sve o njemu, jer je zbog malog prostora i tankih zidova u japanskim kućama teško bilo šta sakriti od okruženja.

Međutim, ovde se ne misli na bilo koji deo "sveta", kao što su ljudi koji se sreću u vozu ili na ulici. Misli se, pre svega, na grupu kojoj pojedinac pripada, kao što je, na primer, škola ili univerzitet gde je upisan, ili kompanija u kojoj radi. To su ljudi koji čine okruženje pojedinca, koje često sreće i deo su njegovog "sveta". Kao što ćemo detaljnije predstaviti u nastavku ovog poglavlja, smatra se da su geografski i prirodni uslovi uticali na to da neposredno okruženje ima veću ulogu u životu pojedinca nego što je to slučaj u nekim drugim kulturama.

---

u tekstovima od pre stotina godina ne koriste iste zamenice, ili se ne koriste s istom frekventnošću, kao danas."

<sup>51</sup> O je čest učtíví prefiks koji se dodaje na imenicu: *okane* (novac), *osushi* (suši), *osakana* (riba), isl. Ovde, "uvaženi gost".



Išida navodi kako je grupa od vremena zemljoradničke zajednice bila najvažnija struktura japanskog društva. Članovi grupe naučili su da rade zajedno za vreme setve i žetve i ovaj autor smatra da su još od tada navikli na homogenu strukturu grupe, a uz to se javilo sve izraženije prisustvo nekih osobina koje postoje i danas, kao što su konformizam i prilagođavanje. Dakle, zbog uslova sredine, uzgoja pirinča u zajednici a na malom prostoru, Japanci su od davnina grupu u kojoj se nalaze smatrali veoma značajnom, i njihov sistem vrednosti je usmeren na prilagođavanje grupi (Išida, 1989:4).

Naime, u skladu sa tradicionalno negovanom kohezijom grupe, tradicionalni element društvene strukture bio je član grupe - konformista. Budući da su Japanci od davnina gajili pirinač na ono malo zemlje koliko su imali, teško da nas iznenađuje da su se u ruralnim zajednicama formirale grupe koje je odlikovao konformizam. Seljaci su morali da rade zajedno u periodima kada je bila potrebna moćna radna snaga da obavi poslove kao što su pravljenje brana, žetva, i slično. I nakon restauracije, sve dok je proizvodnja pirinča i dalje zapošljavala većinu stanovništva, ova struktura je preživela brze političke i društvene promene<sup>52</sup>.

Ovaj autor takođe smatra da u periodu Meiđi individualac biva potisnut u društvu orijentisanom na grupu; mišljenje manjina koje su u koliziji sa ustanovljenim željama grupe se zanemaruju po tradiciji u kojoj se neguje harmonija grupe. Išida tvrdi da ovaj proces proizvodi tendenciju ka nacionalnom konformizmu, koji vodi ka diskriminaciji manjina (Išida: 13).

Slično tome, Befu navodi da se u društvu kao što je japansko, gde je pripadnost grupi važan orijentir, od članova grupe očekuje da se prilagode i sarađuju, kao i da izbegavaju otvoreni konflikt i takmičenja. Stoga je akcenat na harmoniji, a ponašanje je formalno kako bi se smanjili ili eliminisali konflikti i neprijatnosti. Ideal ovakvog društva su članovi koji podređuju lične interese ciljevima grupe i verni su im. U zamenu za njihovu lojalnost, vođa grupe je dobronameran i velikodušan prema njima (Befu, 1980: 170-171).<sup>53</sup>

Kada govorimo o istorijskom razvoju vezanosti za grupu, čak i nakon Drugog svetskog rata, uprkos raznim političkim promenama, revizijama udžbenika istorije i radikalnim promenama u društvu, tendencija orijentacije na grupu je ostala važna karakteristika japanskog društva, ali sa neophodnim modifikacijama. Po završetku rata ova svest je unekoliko promenila formu: to više nije bila usmerenost ka državi i caru, već ka sopstvenoj porodici, odnosno kompaniji u kojoj radite. Interesantno je da je baš u Japanu uobičajeno "doživotno zaposlenje". Naime, pojedinac sve do penzije radi u istoj kompaniji, tako da funkcioniše unutar iste grupe najveći deo svog života.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> "Corresponding to the traditional value, i.e., group cohesiveness, the traditional element in the social structure was the homogeneous, conformist in-group, the basic unit of the society. Since the Japanese people from early times settled and grew rice on what little land they had, it is hardly surprising that conformist in-groups were formed in rural communities. Villagers had to work together very closely during specific period when a large work force was needed-such as for gathering of grass for fertilizing and feeding livestock, the securing of irrigation water, the transplanting of rice, and of course harvesting. After the restoration too, so long as the production of rice continued to employ the majority of the population, the village structure managed to survive the rapid political and social changes" (Ishida 1989: 7-8).

<sup>53</sup> According to this model, members of the group are expected to conform and co-operate with one another, to avoid open conflict and competition. The emphasis, therefore, is on harmony, and behavior tends to be ritualised and formal in order to reduce or eliminate conflict or embarrassment. Ideally, in this kind of group, people are supposed to subordinate individual interests to group goals and to remain loyal to group causes. In return for their loyalty and devotion, the leader of the group treats his followers with benevolence and magnanimity (Befu 1980: 170-171).

<sup>54</sup> "Despite the various policies ordered by the Occupation authorities, such as the political purge and the revision of textbooks on Japanese history, and despite the radical change on the surface resulting from them, both group orientedness and the goal of catching up with and surpassing the West remained, but with a necessary



Slika 22. O važnosti grupe u japanskom društvu jasno govori podatak da mnoga deca još od vrtića imaju uniforme.<sup>55</sup>

---

modification. Postwar group orientation did not center on the state nor on the Emperor; instead it became more directly a form of group belonging-i.e., as an identification with their own family and with their company. Incidentally in Japan “lifetime employment” is the norm, i.e. a worker stays with the same company until his retirement. (Ishida, 1989: 14)

<sup>55</sup> Preuzeto sa: [<https://uk.reuters.com/article/uk-quake-japan-kindergarten/japan-kindergarten-remembers-child-who-is-not-here-today-idUKTRE72R1G020110328>]

Ćie Nakane takođe smatra ne samo da je grupa osnovna jedinica japanskog društva već, kao i Išida, da se u periodu nakon Drugog svetskog rata pod grupom pre svega podrazumeva kompanija. Ova autorka kaže da su mnoge kompanije posle rata gradile naselja za svoje radnike, tako da su svi i živeli i radili u istoj zajednici (Nakane: 24-25). Stoga je vezanost za kompaniju veoma jaka i Japanci provode mnogo vremena sa kolegama, odlaze na zajednička druženja, večere i izlete, a neretko kompanije rešavaju stambeno pitanje zaposlenih. Dešava se čak i da se u okviru kompanije dogovaraju brakovi. U Japanu je bitnije za koju kompaniju radite nego koju funkciju obavljate (Nakane,1973:24-25). Pripadnost grupi, odnosno kompaniji, je toliko značajna da Japanci vrlo često čitav život provode radeći za istu kompaniju, a pojedinci koji promene kompaniju neretko teško bivaju prihvaćeni (Nakane:31).

Nakane navodi još jednu bitnu karakteristiku grupe u Japanu, a to je da hijerarhija postoji unutar grupe, ali nije toliko bitna onima izvan te grupe. Naime, u Japanu je bitnije kojoj organizaciji pripada neka osoba nego koju funkciju ima. Tako je u akademskom svetu važnije kom univerzitetu pripadate nego da li imate doktorat ili master, i slično. Nije bitno da li ste šofer ili direktor, već kojoj kompaniji pripadate (Ibid: 14). U ovakvom shvatanju primetna je homogenizacija svih članova grupe.

Mnogi autori smatraju da je grupni identitet toliko važan u japanskom društvu da se pojedinac ne ističe ni ponašanjem, niti fizičkim izgledom. Stoga su u poslovnom svetu dominantna crna odela i čest je konzervativni stil. Često se nose značke ili bedževi na reveru koji ukazuju na kompaniju u kojoj neko radi, ali i uniforme kao oznaka grupnog identiteta koji suzbija individualnost (Condon&Yousef, 1983; Hall, 1981; Harris&Moran, 1979; March, 1990; Morsbach, 1973; Ruch, 1984).

Sve ove karakteristike društva neminovno utiču ne samo na postupke pojedinca, već i na način razmišljanja, a individualnost je svedena na minimum. U tom procesu linija koja razdvaja grupu i privatni život pojedinca postaje nevidljiva (Nakane,1973:24). Neminovno je da kod pojedinca dođe do suzbijanja sopstvenih potreba zarad grupe. Ovo je takođe oblik *enryo*. O tome Takie Sugijama Lebra kaže: "Osećanje identiteta koje je zasnovano na pripadnosti grupi se održava slaganjem sa drugima. Uz njega ide i želja da nas drugi prihvate, strah da nas ne izostave i takmičarska želja da uvek budemo u grupi. Snažan uticaj školskog obrazovanja na japansku decu potiče ne samo od hijerarhijskog pritiska nastavnika, rukovodstva škole i vlade, već i od horizontalnog pritiska drugih učenika da se prilagodimo, iako ove dve vrste pritiska često idu jedna protiv druge. Neverovatna brzina širenja kulturnih sadržaja među japancima rezultat je ovog motivacionog faktora, kao i sveprisutnih, centralizovanih masovnih medija. Fadizam se ne odnosi samo na rapidno širenje materijalne kulture gadžeta, već i na repertoar ponašanja, uključujući i rečnik i hobije. Čini se da u isto vreme čitava zemlja čita, gleda, priča i radi jedno isto. Milioni kopija bestselera mogu se prodati u trenutku. Krilatice sa TV reklama se brzo prihvataju u svakodnevnom govoru"<sup>56</sup>.

Naravno, u ovom procesu prilagođavanja grupi, lične želje i potrebe dolaze u drugi plan, što je opet jedan od oblika *enryo*. Lebra kaže da je želja da se prilagodimo normama grupe praćena nedostatkom tolerancije prema neuspehu ili odbijanju da se prilagodimo: ispoljavanje

---

<sup>56</sup> "The sense of identity anchored in group belongingness is thus sustained by going along with peers. This goes with the desirability of being accepted by peers, anxiety about being left out, and a competitive urge for always being "in". The overwhelming influence of school education on Japanese children seems to stem not only from the hierarchical pressures of teachers, school administrators, and government, but also from horizontal pressures of schoolmates for conformity, although these two kinds of pressures often work against each other. The amazing speed of cultural diffusion among the Japanese owes to this motivational factor as well as to the widespread, centralized mass media. Fadism does not refer to the rapid diffusion of material culture of gadgetry alone but also of behavioral repertoire, including vocabulary and hobbies. At one time the whole country seems to be reading, watching, talking about, or doing the same thing. Millions of copies of a best-selling book can be sold at once. Catch phrases appearing in TV commercials are quickly assimilated into popular speech (Lebra, 1976:29)".

ličnih osobenosti ili neslaganje će sigurno učiniti da ne budete popularni u grupi. Unutar grupe, takav konformizam funkcionira kao egalitarni pritisak protiv arogantnih, napornih članova grupe; van grupe, on pravi ujedinjeni front, naročito kada za grupu postoji neka pretnja sa strane<sup>57</sup>. Stoga *enryo* nalaže da ne izražavamo neslaganje sa mišljenjem većine.

Japanska poslovice *Deru kui ga utareru* ("Ekser koji štrči biće udaren") slikovito prikazuje uvreženi način mišljenja u japanskom društvu. Odstupanje od mišljenja većine biva kažnjeno. Kada imamo u vidu ovakvo poimanje stvari, postaje jasno zašto Japanci ne žele da se ističu ispoljavanjem ličnih želja i osobenosti, već neguju *enryo* i prilagođavaju se većini da bi bili prihvaćeni.

Zanimljivo je da Nakane smatra da će, iako postoje i oni koji ovakav sveopšti pritisak grupe na sopstvenu individualnost smatraju pretnjom, oni ipak biti u manjini. Nema sumnje, kaže autorka, da će se većina osećati bezbednije u ovakvom okruženju gde je prisutna grupna svest (Nakane, 1973:24-25). Smatramo da je ovaj način razmišljanja nesumnjivo jak razlog za opstanak ovakve organizacije društva, a sa njom i *enryo* u japanskom društvu.

Kao što se vidi iz svega navedenog, Japanci su jako vezani za grupu. Stoga su veze sa ljudima u okruženju - među kolegama, komšijama i slično - mnogo bitnije nego, na primer, rodbinske veze.<sup>58</sup>

Ovakva organizacija društva, koja nameće i određeni način razmišljanja, sušta je suprotnost situaciji na Zapadu, što uočavaju i japanski naučnici. Eičiro Išida ističe kontrast između evropskih kultura, gde je stanovništvo bilo nomadsko, sa Japanom gde su se u zemljoradničkoj zajednici bavili uzgojem pirinča na malom prostoru. On tvrdi da je to razlog za "otvorenost i ratobornost" Evropljana, nasuprot "indirektnosti i spremnosti na kompromis" Japanaca, i svoje gledište ilustruje primerima. Recimo, dok je u Evropi uobičajeno da se među prijateljima otvoreno izražava da li nam se nešto dopada ili ne dopada, jasno se kaže "da" i "ne", u Japanu to nije slučaj. Iako Evropljanin može iz ovog razloga biti privremeno uznemiren, pitanje je rešeno i rasprava nema nikakvih posledica. Sa druge strane, Japanac, čak i kada misli "ne" ponekad okoliša zbog sagovornikovog izraza lica ili želja. Išida kaže da zato i postoji "japanski osmeh" koji iako trenutno izglađuje situaciju, često biva uvod u neprijatan ili komplikovan odnos između ljudi. Dakle, kod Evropljanina oštra kritika stavlja tačku na neko pitanje, a za Japanca to otvara nova pitanja. Stoga će Evropljani teško razumeti ponašanje Japanaca, a Japanci smatrati da Evropljani nemaju dovoljno obzira prema sagovorniku<sup>59</sup>.

---

<sup>57</sup> Ego's willingness to conform to group norms is coupled with his intolerance for Alter's failure or refusal to conform; the exhibition of idiosyncracies or expression of dissension is certain to make one unpopular in the group. Internally, such conformism operates as an egalitarian pressure against arrogant, overbearing group members; externally it is mobilized to build a united front, especially when the group faces an external threat (Lebra, 1976:29).

<sup>58</sup> Ova pojava u nekim oblicima postoji i u Srbiji. Na primer, jedan od razloga što neki roditelji žele sina a ne kćerku je taj što sin ostaje unutar svoje grupe, dok će kćerka udajom postati član neke druge porodice, odnosno grupe. Međutim, u Japanu je ovakvo shvatanje mnogo izraženije nego u Srbiji.

<sup>59</sup> "Here we must turn again to the love of compromise and the pliability - in a different light, the lack of consistency -- of the Japanese which I referred to at the outset, and compare it with the tenacity and intolerance of the European. My knowledge of European society is, of course, imperfect, but it is safe to assert that there, even among close friends, likes and dislikes, "yes" and "no", are expressed with great clarity (...) As a result of this Western way of doing things, the other man may sometimes be temporarily put out -- yet the question is thereby got over with, leaving no particular aftermath. A Japanese, however, even when he means "no", will sometimes equivocate because the other's expression, his fancies, seems to require it. And that strange phenomenon, the "Japanese smile", though it may smooth over the surface at the time, is often the prelude to an unpleasant, ambiguous kind of relationship. Even where, for a European, soundly berating someone in a loud voice would

Kao što vidimo, jaka vezanost za grupu postoji u Japanu od vremena kada su Japanci počeli da se bave poljoprivredom. Iako se oblik grupe menjao, suštinska organizaciona podela je ostala nepromenjena. Uloga članova unutar same grupe nije od velikog značaja za one koji joj ne pripadaju. Grupa u velikoj meri određuje život pojedinca. Usmerenost na grupu i prilagođavanje sistema vrednosti i ponašanja njoj doveli su do razvoja određenog načina razmišljanja koje neguje konformizam i orijentisanost na stav ostalih članova grupe. Dok su narodi koji su u prošlosti vodili nomadski način života postali otvoreniji i ratoborniji, Japanci su zbog duge tradicije zajedništva mnogo usmereniji na ostale članove grupe a, neki autori smatraju, stoga i podložniji konformizmu.

Zbog svega navedenog ne iznenađuje da je tipičan predstavnik japanske kulture često orijentisan na drugu osobu više nego na samog sebe, kao i da se trudi da nasluti stav, raspoloženje i mišljenje druge osobe. Više reči o tome biće u narednom odeljku.

### 3.2. USMERENOST NA DRUGOGA I POTISKIVANJE INDIVIDUALNOSTI

Da bismo bolje razumeli ponašanje Japanaca, neophodno je da se upoznamo sa još nekim važnim osobinama japanske kulture. Takao Suzuki tvrdi da govorni predstavnik japanskog jezika ima tendenciju da posmatra svet iz druge perspektive – perspektive svog sagovornika<sup>60</sup> (Suzuki, 1978: 143). Čini se da, u japanskoj kulturi, uloga pojedinca u društvu ili porodici ima prioritet nad ličnim doživljajem stvarnosti. U skladu sa tim, pojedinac govori o sebi u svetlu svoje društvene uloge, što često zvuči kao da govori u trećem licu. Naime, kao što smo naveli u poglavlju o japanskom jeziku (2.3.2), japanske zamenice imaju ograničenu upotrebu, a često se umesto lične zamenice za prvo lice koristi sopstvena titula, odnosno uloga iz perspektive drugih sagovornika<sup>61</sup>. Takođe, lična zamenica za prvo lice jednine će se neretko izostaviti. O ovoj temi smo pisali i u Marković (2012):

“U japanskom jeziku nije uobičajeno da lična zamenica prati glagol kao u engleskom. Zbog toga se, recimo, dešava da stranac sa engleskog govornog područja koji uči japanski i želi ukratko da se predstavi, obično počinje svaku rečenicu sa “*Watashi wa*”<sup>62</sup>... Međutim, Japanci će to smatrati u najmanju ruku neprirodnim, budući da se u njihovom jeziku zamenice vrlo često izostavljaju. Dok bi se, kad govorimo opširnije o sebi, u engleskom zamenica *I* konstantno ponavljala, u japanskom je uobičajeno izostavljanje zamenice.”

Ovakav način govora neizbežno navodi govorne predstavnike japanskog jezika da više usmere pažnju na gledište sagovornika, što je ujedno i jedna od osobenosti japanske kulture. Naime, dok će se Japanac često truditi da nasluti šta želi ili misli njegov sagovornik, istovremeno će nastojati da ne pokazuje sopstvene potrebe, to jest, imaće *enryo*. Smit primećuje da “biti dobra osoba” podrazumeva *restraint* (nema sumnje da ovde Smith govori o *enryo*) u izražavanju sopstvenih želja i mišljenja” (Smith,

---

be an end to the matter, for the Japanese it can often be the beginning of a new question. To the former, the way the Japanese feels is incomprehensible; to the latter, Europeans do not show enough respect for others’ feeling in their speech (Ishida, 1986: 39).”

<sup>60</sup> U engleskom jeziku, kao i u srpskom, ova zamena perspektive u iskazu može se pojaviti u komunikaciji u okviru porodice, kao u rečenici: *Mummy’s making pancakes*, ali je pretežno ograničena na obraćanje deci. U srpskom majka takođe može o sebi govoriti u trećem licu.

<sup>61</sup> Lična zamenica za prvo lice se u japanskom jeziku ne javlja ni izbliza toliko često kao u engleskom, pa ni u srpskom jeziku.

<sup>62</sup> *Watashi* je lična zamenica za prvo lice jednine u japanskom jeziku, dok *wa* ukazuje na temu rečenice.

1983:44). Takođe, Rut Benedikt navodi da u drugom ili trećem razredu deca počinju da uče pravila koje važe za odrasle. Najvažnija pravila koja dete uči su da ne treba dolaziti u “neprijatne” situacije, da ne sme dozvoliti da mu se svet smeje, kao i da treba poštovati pravila ponašanja koja nameću da se sopstvena volja suzbije i potčini dužnosti prema susedima, porodici i zemlji. Sve ovo su oblici *restraint* (izvesno je da Benedikt zapravo govori o *enryo*) (Benedict, 1947:272-3) Autorka kaže i da samopoštovanje podrazumeva *restraint*, a velike stvari se postižu samo pomoću *restraint*, dok se Japancima američko isticanje slobode kao preduslova za uspeh nikad nije činilo adekvatnim. Glavna okosnica njihovog koda je ideja da se kroz *restraint*, odnosno *enryo*, postaje bolji (Benedict, 1947:290).<sup>63</sup> Dakle, *enryo* je vrlo bitan u sistemu vrednosti japanskog društva i praktikuje se već od detinjstva.

Kada vidimo da se čak i u obdaništima često nose uniforme, da deca u osnovnim školama imaju uvek isti oblik torbe, kao i da na intervjuu za posao svi idu gotovo identično obučeni, postaje jasno koliko se često u Japanu lični izbor pojedincu uskraćuje. Kao ilustraciju naveli bismo primer kako se Japanac i, recimo, Englez, ponašaju prema gostu. Morsbah i Tajler (Morsbach i Tyler, 1986:304) kažu da se u anglo-američkoj kulturi, u kojoj autori vide pre svega jak uticaj protestantizma, akcentat stavlja na lični izbor. Na primer, dok se na zapadu smatra učtivim da se gostu ponudi veliki izbor pića, u Japanu domaćin bira čime će poslužiti gosta. Stoga je, recimo, dijalog predstavljen u knjizi *Anti-Death League* Kingsli Ejmisa (čija se radnja odvija u Engleskoj) gde domaćin gostu postavlja detaljna pitanja kakvu vrstu šerija bi želeo, da li želi malo ili mnogo, u kakvoj čaši i slično, u Japanu gotovo nezamisliv. Kako kaže Vježbicka (Wierzbicka, 1997:245), ovakva pitanja nisu u skladu sa japanskim kulturnim normama, jer narušavaju *enryo*. Naime, direktno izražavanje želja je tabuisano u japanskom društvu i smatra se neučtivim. Tako i Mizutani i Mizutani navode:

“Asking someone’s wishes directly is also impolite in Japanese. Saying things like:

\*Nani-wo tabetai desu ka?

\*Nani-ga hoshii desu ka?

should be limited to one’s family or close friends... To be polite, one should ask for instructions rather than directly inquire into someone’s wishes.”<sup>64</sup>

Kada imamo u vidu koliko Japanci mogu biti neodređeni u izražavanju želja, kao i koliko je *enryo* uobičajen u ovoj kulturi, jasno je zašto Doi navodi svoje iskustvo posete prijatelja u Americi kao vrlo neprijatno. Naime, kao Japanac koji nije navikao da detaljno razgovara o tome šta bi pojeo ili popio, Doi navodi kako ga je činilo “nervoznim” kada ga Amerikanci pitaju da li želi alkoholno ili bezalkoholno piće, koju količinu i kako serviranu, a nakon obroka da li želi čaj ili kafu i kakav dodatak želi - mleko, šećer, i slično (Doi, 1981:12). Ovakva situacija gde se od gosta očekuje da bude eksplicitan u izražavanju svojih želja je gotovo nezamisliva u Japanu. Mnogi autori su komentarisali ovaj primer kulturološke razlike. Tako Smit kaže da “mora da je Doi bio na ozbiljnim mukama” jer u Japanu domaćin sprema

---

<sup>63</sup> Benedikt navodi i ovaj pasus kao metaforu za japansku “uglađenost”: “Što više ima slojeva laka koji se tokom godina velikim trudom nanosi na osnovu, to je vredniji taj lak kao gotov proizvod. Tako je i sa ljudima... Za Ruse kažu: “Zagrebi Rusa i videćeš Tatara”. Isto tako se može reći za Japance: “Zagrebi Japanca, oljušti lak, i videćeš pirata”. Ipak, ne treba zaboraviti da je u Japanu lak vredan proizvod i materijal za rukotvorine. Tu nema ničeg lažnog; lak nije premaz koji sakriva nesavršenosti. On je bar toliko vredan kao materijal koji prekriva” (Komakichi, 1936:50).

<sup>64</sup> “Direktno pitati nekoga šta želi je takođe neučtivo u japanskom jeziku. Rečenice poput: “\*Šta biste pojeli?” ili “\*Šta želite?” treba ograničiti na porodicu i bliske prijatelje... Da bismo bili učtivi, treba da tražimo da nas neko uputi, a ne da direktno pitamo šta želi.”

posluženje nakon što je razmotrio šta bi se određenom gostu moglo dopasti, a gostu govori da se služi “bez enryo” (Smith, 1983:87).<sup>65</sup> Lebra smatra da je Doijeva reakcija rezultat enryo u japanskoj kulturi, koji ne dozvoljava gostu da kaže šta želi (Lebra, 1976:125)<sup>66</sup>.

Lebra takođe tvrdi da iza ovakvog ponašanja stoji nastojanje da se ugodi drugima i da im se ne priređuju neprijatnosti, *meiwaku* (Lebra, 1976:41). Međutim, interesantno je da enryo može biti razlog da pojedinac nešto odbija i kada to uopšte ne želi. Lebra navodi da je poželjno biti nenametljiv, a skromnost i suptilnost su neophodne da se sačuva dobra slika o sebi, i da je enryo uzdržanost u situacijama kada nam se nudi pomoć, poklon, i slično, ali ovaj termin istovremeno izražava i učtivo oklevanje da prihvatimo željenu ponudu i učtivo odbijanje neželjene ponude. Stoga sagovornik ne zna kako da protumači enryo. Budući da je u većini slučajeva enryo izraz učtivog oklevanja, sagovornik će uglavnom insistirati da prihvatimo ponudu.<sup>67</sup>

### 3.3. WA

Još jedan pojam svojstven japanskoj kulturi koji je usko vezan za potiskivanje individualnosti je *wa*. Iako mnogi prevode ovaj izraz rečju *harmony*, Rolen kaže da se malo zapadnih naučnika bavilo *wa*, kao i da ne postoji izraz u engleskom jeziku koji bi bio adekvatan prevod za *wa*. Ovaj autor navodi da prevodi kao što su *harmonija* i *slaganje* nisu dovoljni da prenesu značenje ove reči (Rohlen, 1974:46-47). Kao što je slučaj sa *enryo*, dok japansko-engleski rečnici prevode *wa* kao *harmonija*, englesko-japanski ne prevode *harmonija* kao *wa*.<sup>68</sup>

O važnosti pojma *wa* u Japanu govori još prvi član ustava princa Šotoku iz sedmog veka koji se smatra temeljem japanske političke tradicije “*Wa* je iznad svega ostalog” (Nakamura, 1962:633). Ustav princa Šotoku sastojao se od sedamnaest članova koja su predstavljali osnov za razvoj jedinstvene kulture ove dalekoistočne zemlje. Prvi član ustava definiše *wa* kao osnov svega ostalog. Princ Šotoku kaže da se *wa* postiže tako što se ne prave polarizovane razlike, i dodaje da, ako se može napraviti razlika između dobrog i lošeg, *wa* ne postoji (De Mente (1993:4). Do koje mere *wa* ograničava individualizam govori i podatak da jedan od sedamnaest članova glasi: “Ako zavidimo drugima, i oni će nama zavideti. Zlo koje potiče od zavisti ne prestaje; stoga ljudi ne treba da imaju natprosečno znanje. Ako imate natprosečne talente, bićete predmet zavisti”. Takođe, poslednji član Ustava glasio je “O velikim stvarima ne smete odlučivati sami. Morate se uvek savetovati sa različitim ljudima”.

---

<sup>65</sup> Ova interesantna i pomalo komična priča o tome kako se japanski naučnik slabo snašao u kulturi gde se želje direktno izražavaju navela nas je da u istraživanju postavimo slično pitanje. U narednom delu istraživanja ćemo predstaviti kako su naši ispitanici odgovorili i u kojoj meri se društvo promenilo u odnosu na 1981. godinu.

<sup>66</sup> Čini se da je japansko društvo dosta strogo i nameće kako potiskivanje individualnosti i ličnog izbora, tako i poštovanje raznih pravila. Na primer, bilo ko ko je imao prilike da se vozi vozovima ili podzemnom železnicom u Japanu video je razne zabrane i upozorenja, kako u vozu, tako i na stanicama. Zabranjeno je pričati telefonom u vozu, kucati poruke na mobilnom telefonu dok silazite niz stepenice, i slično. Koliko je enryo vezan za sva ova pravila jasno je kada imamo u vidu da se u velikom broju slučajeva putnicima obraćaju izrazom “*goenryo kudasai*”(uzdržite se od...).

<sup>67</sup> Lebra navodi idiome za koje stranac, osim ukoliko je već upoznat sa njima, teško može reći da li su izraz prihvatanja i odbijanja. To su *kekko desu* (koji znači i “Hvala lepo” i “Ne, hvala”), *sekkaku desu ga* (“To je ljubazno od Vas, ali”). Ovakvi izrazi mogu biti praćeni izrazom “*Goenryo sasete itadakimasu*” (“Uzdržaću se”). U ovim slučajevima osoba zapravo učtivo odbija ponudu, ne govoreći da zapravo nešto uopšte ne želi (Lebra, 1976,125).

<sup>68</sup> According to all students of Japan (writing in English), “the key Japanese value is harmony” (Reischauer 1988:136); and when they say “harmony” they really mean not “harmony” but *wa*. (Significantly, English-Japanese dictionaries never gloss harmony as “wa,” although Japanese-English dictionaries do gloss *wa* as “harmony.”)

Nesumnjivo je da je ovaj ustav ostavio veliki uticaj na japansko društvo i kulturu tog doba. De Mente (1993:4) navodi da je ova težnja da se eliminiše zavist, zabrani individualizam i suzbije talenat postala vitalno važna tema u japanskoj kulturi.

Nastojanje da se suzbije svaki individualni napredak postojalo je i u drugim periodima japanske istorije. Tako je tokom Edo perioda šogunat doneo brojne zakone koji su sprečavali razvoj trgovine, širenje novih ideja i rast životnog standarda - sve u cilju da se spreči promena životnog stila i pojava faktora kao što je zavist i takmičenje pojedinaca. Jedan od šoguna je objavio: "Nikada ne smete izmisliti ništa novo!"<sup>69</sup>Takođe, predratna publikacija Principi nacionalne politike (Kokutai no Hongi) kontrastira zapadni individualizam i japanski naglasak na *wa* kao osnovnoj vrednosti (Nakamura:633).

Kada proučavamo... naš napredak kroz istoriju, uvek možemo videti duh *wa*. *Wa* je proizvod velikih postignuća osnivanja nacije, i predstavlja snagu iza našeg istorijskog razvoja; a zakodje je i humanistički šut neodvojiv od našeg svakodnevnog života. Za našu zemlju, *wa* je fundamentalni put. U njemu leži razlog što su ideologije naše nacije različite od ideologija zapada (Kokutai no Hongi 1949, preuzeto iz Nakamura:633).

Šoiči Vatanabe smatrao je da je najbolji način da se opiše tradicionalni karakter Japanaca orijentisan na *wa* da ih uporedimo sa seljacima-farmerima koji su zaključani u vremenu i prostoru, na jednom parčetu zemlje od koga žive. Ovaj autor kaže da je ključni deo mentaliteta koji se razvio iz ovakve vezanosti za zemlju težnja za *wa*. Profesor Vatanabe tvrdi da je poštovanje *wa* toliko strogo u Japanu da i dalje iskorenjava najkompetentnije, najsposobnije pojedince, a u svim sferama života do vodećih položaja dolaze slabiji lideri, i to po sistemu senioriteta (preuzeto iz De Mente, 4).

Kada imamo u vidu činjenicu da sistem senioriteta o kome govori Vatanabe postoji i u današnjem društvu, jasno je da se u japanskoj kulturi već dugo insistira na *wa* koji neki naučnici zovu harmonijom, težnjom ka harmoniji ili harmonijom u grupi (Reischauer, Honna&Hoffer) U narednom delu ćemo, oslanjajući se pre svega na gledište Vježbice, Rolena i Smita, nastojati da bliže definišemo ovaj pojam.

Rolen kaže da *wa* ima počasno mesto u hijerarhiji japanskih kulturnih vrednosti (1974:47). Ovaj autor ističe da je *wa* najpopularnija komponenta slogana i imena kompanija u Japanu i da je dostizanje *wa* cilj svake grupe kao i sastavni deo drugih ciljeva<sup>70</sup>. Autor dodaje i da je *wa* poput reči "love" u američkoj pop kulturi, jer je glavno sredstvo kojim se dolazi do socijalnog napretka, a i cilj sam po sebi (1989:122)

Kavašima navodi da se, dok u individualizmu može postojati saradnja, kompromis, pa čak i žrtvovanje sopstvenih potreba, kako bi se umirile nesuglasice i konflikti, na kraju ispostavlja da tu nema harmonije (*wa*), i dodaje da *wa* nije samo mehanička saradnja jednakih individualaca zasnovana na razumu, već velika harmonija koja održava integritet pravilnim statusom pojedinca u kolektivu i ponašanjem u skladu sa ovim statusom. Autor kaže da se suprotstavljena mišljenja i razlike u interesima koji potiču od različitih tačaka gledišta integrišu u jedinstvenu veliku harmoniju koja potiče iz zajedničkog izvora.<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup> During the Tokugawa period the shogunate passed numerous laws that prevented the development of commerce, the spread of new ideas, and any rise in the standard of living - all in an effort to prevent changes in life-styles and the appearance of such factors as envy and individual competition. One of the Tokugawa shoguns decreed: "You must never invent anything new!" (De Mente, 4)

<sup>70</sup> "To achieve *wa* is certainly a major goal for any Japanese group, and it also is an essential ingredient in the attainment of other goals. In this regard, it is something like 'love' in American popular culture, for it is both a major means to social improvement and an end in itself."

<sup>71</sup> In individualism there can exist co-operation, compromise, self-sacrifice, and so on, in order to adjust and reduce



Rajšauer prevodi *wa* kao *harmony*, dok Hona i Hofer *wa* nazivaju harmonijom unutar grupe. Ovi autori takođe tvrde da je *wa* od ključnog značaja u japanskom društvu (1989:122)<sup>72</sup>. Kako primećuje Vježbicka, ovo tumačenje možda deluje identično kao Rajšauerovo, ali postoji suštinska razlika: Hona i Hofer ne pričaju o harmoniji uopšte, već o harmoniji unutar grupe (Wierzbicka, 1999:36)

Nema sumnje da je harmonija unutar grupe od ključnog značaja u japanskom društvu, tako da Japanci razmišljaju i ponašaju se kao grupa.... Značaj grupe često utiče na to da se Japanac ne zalaže za sebe, već da prati grupu”. Kao što vidimo, *wa* ima priznake antiindividualizma. Kao što primećuju neki autori, jedina reč za individualizam u japanskom jeziku, *kojinshugi*, je pežorativnog značenja (Wierzbicka, 249; Moeran, 1986:85).

Hona i Hofer tvrde da konformizam neguje osećanje velikog zajedništva među članovima grupe... Član grupe koji odudara od normi grupe ili se ne slaže sa ostalima možda će morati da bude isključen iz grupe. Zapravo, japanska izreka kaže da će ekser koji iskače biti ukucan (122).<sup>73</sup> kao što vidimo, za *wa* je karakteristično da su svi zajedno i svi žele jedno isto. Dakle, zajedništvo je bitan element *wa*.

De Vos (1985) primećuje da se japanske organizacije zasnivaju na implicitnoj ideji da se članovi grupe spajaju u svom kolektivizmu. Dele iste ciljeve i imaju slične interpersonalne obrasce koji im omogućavaju da zajedno rade u harmoniji bez ikakvog individualizma ili bilo čega “stranog” što bi naškodilo harmoniji u grupi (170). O konformizmu unutar grupe govori Nakane (24-25) koja kaže da je idealan element društva u periodu nakon Drugog svetskog rata bio član grupe - konformista.

Kao što vidimo, *wa* je neminovno vezan za *enryo* i predstavlja ideal za kojim treba težiti. Vježbicka navodi ideju koju je izložio Enok Iwamoto da *wa* predstavlja pre harmoniju kojoj se teži nego već postojeću harmoniju. To objašnjava zašto je *wa* tako često u sloganima i zašto je koriste kompanije više nego prirodne grupe kao što je porodica. Pozivajući se na *wa*, rukovodstvo kompanije, treneri sportskih timova i drugi ljudi odgovorni za uspeh grupe pokušavaju da stvore *wa* radije nego da priznaju da već postoji<sup>74</sup>. Zato Vježbicka daje sledeći element:

Svi ovi ljudi misle: hoćemo da budemo kao jedno

Svi žele isto<sup>75</sup>

---

contradictions and oppositions, but in the final analysis there exists no real harmony (*wa*) . . . the *wa* of our country is not mechanical co-operation, starting from reason, of equal individuals independent of each other, but the grand harmony (*taiwa*) which maintains its integrity by proper statuses of individuals within the collectivity and by acts in accordance with these statuses. . . . After all, oppositions of opinions, as well as differences of interests deriving from [various] standpoints, are integrated into a unity of grand harmony proper to Japan and originating from a common source. Not conflicts, but harmony is final. (Kawashima 1967:264)

<sup>72</sup> “There is no doubt that harmony within the group is a key value in Japanese society” (1989:122)

<sup>73</sup> Conformism fosters a great sense of oneness shared by all the members in the same group. . . . A member who deviates from the group norms or disturbs the group consensus may have to take the risk of being excluded from the group. In fact, there is a Japanese saying which goes, “The nail that stands up will be pounded down.” (122)

<sup>74</sup> This would explain why *wa* is so often used in slogans and mottos and why it is used by companies rather than by naturally cohesive groups such as families. By appealing to *wa*, company management, coaches of sports teams and other people responsible for the success of group effort are trying to forge *wa* rather than to acknowledge what is already there. This suggests that it may be more justified to phrase the explication as follows:

<sup>75</sup> all these people think: we want to be like one thing all these people want the same

De Vos govori i o članovima grupe koji mogu da rade zajedno u harmoniji. Po Vježbickoj, to navodi na još jednu komponentu: “mogu da rade nešto (zajedno) zbog toga”. Doduše, Vježbicka zapaža da su termini konformizam i konsenzus koje navode Hona i Hofer kulturno obeleženi i kao takvi nameću perspektivu koja nije svojstvena ovom japanskom konceptu. Autorka takođe smatra da je reč konsenzus adekvatnija jer se može zameniti neutralnom, kulturološki neobojenom formulom.

ne žele ovo: jedan od njih kaže: “Želim ovo” drugi kaže: “Ne želim ovo”<sup>76</sup>

Kako navodi Naocuka, svi naučnici koji se bave Japanom kažu da se uloga konsenzusa u japanskoj kulturi teško može preceniti, a ova ideja je svakako vezana za *wa*. Japanski koncept “nemawashii” je često vezan za ovaj pojam.<sup>77</sup> Naocuka dodaje i da je, pošto se grupne odluke donose na osnovu jednoglasnog konsenzusa i pošto se otvorena konfrontacija izbegava kad god je to moguće u Japanu, da bi se došlo do harmonije (t.j. *wa*) i glatkog funkcionisanja, pre svake odluke neophodan *nemawashii* (japanski izraz za “kopanje ašovom” ili obaveštavanje o predstojećim planovima)... Plan se adaptira i readaptira da ugodí svima prisutnima, svi se pitaju za mišljenje tokom mnogobrojnih individualnih neformalnih razgovora, tako da se do konsenzusa dolazi pre nego što se održi sastanak na kome se odnose odluke (preuzeto iz Arima 1991:46)<sup>78</sup>

Rajšauer (1988) kaže: ... teže da dostignu [harmoniju] putem suptilnog procesa međusobnog razumevanja, gotovo intuicijom, a ne racionalnim analiziranjem suprotnih mišljenja i jasnim odlukama, bilo da ih diktira jedan čovek ili su donete odlukom većine. Smatraju da odluke ne treba ostavljati jednoj osobi, već treba da se donesu nakon konsultacija i zajedničkog rada. Cilj je konsenzus - sveopšta saglasnost na koju niko nema ozbiljne prigovore. <sup>79</sup> Kako primećuje Vježbicka, ne pomaže mnogo to što rečnici često navode *wa* ne samo kao “harmoniju” već i kao “mir” i “jedinstvo”. “Mir podrazumeva odsustvo otvorenih konflikata i konfrontacije (to jest, odsustvo situacije gde jedna osoba kaže “Želim ovo” a druga “Ne želim ovo”); a “jedinstvo” podrazumeva da su “svi ljudi kao jedno” i da “svi ljudi žele isto”);

Rejšauer kaže da se kroz zajedničke odluke do kojih se došlo pregovorima i kompromisom izbegavaju gubici koje sa sobom nosi otvoreni konflikt, kao i problemi sa parnicama, kojima su Amerikanci tako skloni. Pored toga, gradi se solidarnost koja je od velikog značaja kako malim grupama, tako i čitavoj naciji. Japanska poslovna veština direktno zavisi od solidarnosti, a grupni identitet je u srcu njihove nacionalne snage (139)

Naučnike sa zapada je uvek fasciniralo odsustvo sudskih procesa. Kavašima kaže da je težnja za slogom zapravo razlog za izbegavanje parnice, koja se smatra neprihvatljivom jer

---

<sup>76</sup> they don't want this: one of them says: “I want this” another one says: “I don't want this”

<sup>77</sup> According to all students of Japan, the role of consensus in Japanese culture can hardly be overestimated, and it is clearly an idea highly relevant to *wa*. The Japanese concept of ‘nemawashii’ (glossed sometimes as “Japanese-style spadework”) is often invoked in this connection, with good reason.<sup>2</sup> Naotsuka et al. (1981)

<sup>78</sup> Since group decisions are made on the basis of unanimous group consensus, and since direct and open confrontation is avoided whenever possible in Japan in the interest of harmony and smooth functioning, any plan up for decision needs a great deal of preliminary *nemawashii* [Japanese style spadework or the advance notice of plans pending]... The plan is adapted and re-adapted to the feelings and attitudes of all concerned, these attitudes being painstakingly elicited during many individual informal conversations, so that a group consensus has gradually emerged before the formal decision meeting actually takes place, (quoted in Arima 1991:46)

<sup>79</sup> ... they seek to achieve [harmony] by a subtle process of mutual understanding, almost by intuition, rather than by a sharp analysis of conflicting views or by clear-cut decisions, whether made by one-man dictates or majority votes. Decisions, they feel, should not be left up to any one person but should be arrived at by consultations and committee work. Consensus is the goal—a general agreement as to the sense of the meeting, to which no one continues to hold strong objections. One-man decrees, regardless of that man's authority, are resented, and even close majority decisions by vote leave the Japanese unsatisfied. (136)

“pretpostavlja i priznaje postojanje nesuglasice i dovodi do odluke koja jasno govori ko je u pravu a ko ne u skladu sa nezavisnim standardima ili voljom zavađenih (preuzeto iz Smith:193:41)<sup>80</sup>

Sa druge strane, Seićiro Ono kaže da se *wa* sastoji u nedostatku odluka; ako se može napraviti razlika između dobrog i lošeg, to znači da harmonija ne postoji (preuzeto iz Smit, 41). Smit citira članak iz američkog časopisa Sports Illustrated pod nazivom “Treba vam *wa*”, koji govori o nekim odlikama japanskog bejzbola. Ovaj članak bavi se uticajem pojma *wa* na američke igrače koji igraju u japanskim timovima. “Ako pitate japanskog trenera šta smatra najbitnijom osobinom tima koji pobeđuje, najverovatnije će vam reći *wa*. Ako ga pitate kako da uništite *wa*, verovatno će reći “Dovedite Amerikanca” (Smit, 50)<sup>81</sup>. I zaista, neosporno je da se na bejzbol utakmicama u Japanu može osetiti duh zajedništva kakav se retko viđa drugde u svetu. Tim ne osuđuje pojedinačne igrače za promašaje kao što je to slučaj na zapadu, već nastavlja da ih bodri. Kako zapaža Vježbicka, Smit smatra da su najbitnije osobine tima koji pobeđuje ne samo osećaj jedinstva, zajednički cilj i odsustvo konflikta između članova, već takođe i odsustvo želje za pojedinačnim uspehom, želje za “slavom” i otvorenog razlikovanja “dobrih” i “ne tako dobrih” članova tima. Dakle, ekser koji iskače nije samo loš igrač, već i potencijalna zvezda (Wierzbicka, 250). De Vos smata da se društvene grupe u Japanu mogu porediti sa dobrim timovima i kaže da se, za razliku od Amerike gde je akcenat na ličnoj autonomiji i individualnom uspehu, u Japanu neguje saradnja i potčinjenost, bar na površini, kako bi se ostvario zajednički cilj. Ova saradnja se može usmeriti u takmičenje sa drugim grupama. Osećanje pripadnosti organizaciji ima prioritet nad ostvarenjem ličnih ciljeva. Želja za takmičenjem ne ostvaruje se u takmičenju sa drugima već u zajedničkom takmičenju sa drugim grupama. Osećanje uspeha može se dostići takmičenjem sa drugim grupama. Japanske grupe su kao fudbalski timovi ili drugi sportski timovi gde se pojedinac može uspešno takmičiti samo ako se potčini grupi. Pojedinačne zvezde koje preuveličaju lična postignuća remete duh tima i bar na površini moraju se držati ciljeva grupe kako bi nastavili da u njoj funkcionišu (178-179).

Bilo kakva težnja individualca za slavom bila bi nekompatibilna sa višim vrednostima “skromnosti” i “poniznosti” u Japanu (Honna i Hoffer 1989:20). Smit komentariše: “Ova spoljašnja poniznost je *tatema* (površna predstava) koji se koristi da održi harmoniju, odnosno *wa*, u međuljudskim odnosima (21).

Rolen kaže da *wa* nije metafora, niti apstrakt ili logični deo sistema različitosti, već da je to kvalitet odnosa, naročito u radnim grupama i odnosi se na saradnju, poverenje, deljenje, toplinu, elan i naporan rad efikasnog, prijatnog uduženja usmerenog ka cilju. Timski rad je moguća aproksimacija za *wa*. To je kompleks kvaliteta koji radne veze čini uspešnim i prijatnim. Tako je *wa* daleko od koncepta statične harmonije. To je nešto opipljivo što prihvata ljudske mane i razlike dok god njeni učesnici dele posvećenost uspehu od zajedničkog rada i poštovanje jedni za druge kao partneri u preduzeću (Rohlen, 47)<sup>82</sup>.

---

<sup>80</sup> ... it is the concern for harmony that lies at the heart of the avoidance of litigation, which is unacceptable in that it “presupposes and admits the existence of a dispute and leads to a decision which makes it clear who is right or wrong in accordance with standards that are independent of the wills of the disputants.”

<sup>81</sup> “If you ask a Japanese manager what he considers the most important ingredient of a winning team, he would most likely answer, *wa*. If you ask him how to knock a team’s *wa* awry, he’d probably say, ‘Hire an American.’” (50)

<sup>82</sup> *Wa* is not a metaphor. Nor is it some abstract or logical part of a system of distinctions. Rather, it is a quality of relationship, particularly within working groups, and it refers to the cooperation, trust, sharing, warmth, morale, and hard work of efficient, pleasant, and purposeful fellowship. Teamwork comes to mind as a suitable approximation. It is the complex of qualities that makes working relationships successful and enjoyable. Thus, *wa* is far from a concept of static harmony. It is a directly tangible thing that easily accommodates human frailties and differences as long as participants share a devotion to the success of the common effort and a respect for one

Ova definicija je veoma temeljna, ali Vježbicka joj zamera etnocentričnost i kulturno-specifične termine kao što su saradnja, toplina i elan. Stoga ova autorka nudi definiciju pomoću kulturno neobojenih normi, i kaže: ovi ljudi žele da budu kao jedno

- (a) svi žele isto
- (b) ne žele ovo:
- (c) jedan od njih kaže: “Želim ovo”
- (d) drugi kaže: “Ne želim ovo”.
- (e) ne žele da kažu za neke od njih
- (f) ovi ljudi su učinili nešto dobro
- (g) ovi ljudi su učinili nešto loše
- (h) ne žele da kažu za jednog od njih
- (i) “ova osoba je uradila nešto jako dobro”
- (j) žele da rade neke stvari zbog toga
- (k) svi osećaju nešto dobro zbog toga
- (l) mogu da urade mnogo dobrih stvari zbog toga
- (m) ne bi mogli to da urade da svi ne žele isto
- (n) ljudi misle da je ovo jako dobro<sup>83</sup>

Komponenta (a) reflektuje želju za zajedništvom i bliskošću; (b) definiše jedinstvo cilja; (c), (d) i (e) objašnjavaju zašto je *wa* vezan za “slogu” i “mir”; (f), (g), (h) i (i) odražavaju “odsustvo razlika”, odbijanje da se pojedincu unutar grupe pripisuje zasluga ili krivica, ili da se pojedinac tretira kao zvezda; (j) pokazuje zajednički napor; (k) pokazuje nastala “dobra osećanja”; (l) i (m) pokazuju sposobnost grupe da uspe i konačno komponenta (n) reflektuje činjenicu da se *wa* vidi kao velika društvena vrednost.

Dejl smatra da se značaj ličnog jedinstva i jedinstva sebe i dugog u Japanskoj kulturi često preuveličava i pogrečno tumači. Ovaj autor se ne slaže sa mišljenjima da je u japanskoj kulturi pojam “*mi*” osnovniji od pojma “*ja*” kao ni da je razlika između “*ja*” i “*ti*” nedovoljno definisana. Dejl (1986:222) kritikuje pokušaje povezivanja ovakvih pojmova kao “konstruisanje mitologije kulture koja poriče egzistencijalnu razliku između “*ja*” i “*ti*”. Autor smatra da pojam *wa* ne briše razliku između “*ja*” i “*ti*” ili “*ja*” i “*drugi*”. Dodali bismo da, iako se, kao što je bilo reči ranije, zamenice izostavljaju a pažnja skreće sa sebe na druge, ne može reći da “*ja*” potpuno iščezava. Izvesno je, međutim da je *wa* neraskidivo vezan za *enryo*, jer se zbog interesa grupe i duha zajedništva sopstvene potrebe potiskuju u drugi plan.

---

another as partners in the enterprise. (47)

<sup>83</sup> Ovo je originalna analiza koju daje Vježbicka (strana, godina)

these people want to be like one thing (b) they all want the same (c) they don't want this: (d) one of them says: “I want this” (e) another one says: “I don't want this” (f) they don't want to say about some of them: (g) “these people did something good, (h) these people did something bad” (i) they don't want to say about one of them: “this person did something very good” (j) they want to do some things because of this (k) they all feel something good because of this (l) they can do many good things because of this (m)they couldn't do these things if they didn't all want the same (n) people think this is very good

### 3.3. POJAM OMOIYARI I NJEGOV ZNAČAJ U JAPANSKOJ KULTURI

Još jedna osobenost japanske kulture koja često utiče na to da Japanci imaju enryo je i omoiari. Brojni autori (Doi 1973, Lebra 1978, Wierzbicka 1993, Travis 1992) se slažu da je *omoiari* bitno obeležje japanske kulture. Vježbicka navodi da se ovaj pojam smatra jednim od najvažnijih ideala u japanskom društvu (Wierzbicka, 1993:275). Lebra tvrdi da se kod Japanaca omoiari (koji prevodi rečju *empathy*) kotira visoko kao vrlina neophodna da bismo bili pravi ljudi, moralno zreli i dostojni poštovanja. Ova autorka kaže da je u iskušenju da japansku kulture nazove “*omoiari* kulturom”.<sup>84</sup>

Kao ni enryo, ni reč omoiari nije lako prevodiva na druge jezike. Kada je reč o srpskom jeziku, prevod Hirošija Jamazaki-Vukelića je *obzir*. Ponuđen je samo jedan prevodni ekvivalent, i iako smatramo da je u nekim slučajevima obzir ekvivalentan omoiari, to nije uvek slučaj. Naime, iako iz obzira ne želimo da smetamo nekome (i u tom slučaju je obzir blizak omoiari), ne možemo reći da se iz obzira trudimo da pogodimo nečije želje. Stoga smatramo da reč obzir ima uže značenje i ograničeniju upotrebu i da se ne može uvek koristiti kao prevod reči omoiari.

Lebra daje prevod *empathy* (koji se i inače često navodi), što je samo jedan od mnogobrojnih prevoda *omoiari* na engleski jezik. Međutim, kako napominje Travis (1992), *empathy* uglavnom podrazumeva saosećanje sa drugima zbog nečeg lošeg što im se dešava, zamišljanje da smo u nečijoj koži, što sa omoiari nije slučaj. Naime, omoiari nas uglavnom navodi da ispunimo nečiju neizgovorenu potrebu, ali taj neko ne mora nužno biti u nepovoljnoj situaciji.

Vježbicka navodi još neke prevode reči omoiari, zapažajući da nijedan nije potpuno ekvivalentan: *empathy*, *sympathy*, *compassion*, *consideration*; tu su i pridevi poput: *thoughtful*, *sensitive*, *considerate*. Rohlen daje kolokacije *concerned sensitivity*, *empathetic sensing*, *concerned empathy*, *concerned empathic kindness* (Rohlen, 1974). Ipak, nijedna od ovih kolokacija niti prenosi u potpunosti značenje reči omoiari, niti se javlja u jeziku tako često. Stoga smatramo da omoiari ne postoji u drugim kulturama u identičnom obliku kao u japanskoj kulturi.

Pored prevoda *empathy*, Lebra na više mesta daje detaljnije opise ovog pojma. Da navedemo neke od njih:

“*Omoiari* je sposobnost i volja da osetimo ono što drugi osećaju, da iskusimo njihovo zadovoljstvo ili bol i da im pomognemo da zadovolje svoje želje. Pažnja ili dobronamernost postaju omoiari samo ako potiču iz takve osetljivosti prema nečijim potrebama. Ideal omoiari je da prodremo u kokoro, dušu, onog drugog, i apsorbuemo sve informacije o njegovim osećanjima bez verbalne komunikacije.”<sup>85</sup>

“Pojedinaac ne izražava svoju želju već očekuje od drugog, ili od neke treće osobe, da nasluti tu želju. Teret komunikacije ne pada na pošiljaoca poruke, već na primaoca. Umesto da pojedinac govori ili traži ono što želi, njegovo okruženje nagađa i ugađa njegovim potrebama, da ga ne bi osramotili. Ovakva anticipatorna komunikacija je ispunjena empatijom.”<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> “For the Japanese, *empathy* (*omoiari*) ranks high among the virtues considered indispensable for one to be really human, morally mature, and deserving of respect. I am even tempted to call the Japanese culture an “*omoiari* culture”. 38

<sup>85</sup> “*Omoiari* refers to the ability and willingness to feel what the others are feeling, to vicariously experience the pleasure or pain that they are undergoing and to help them satisfy their wishes.. Kindness or benevolence becomes *omoiari* only if it is derived from such sensitivity to the recipient’s feelings. The ideal for *omoiari* is for Ego to enter into Alter’s kokoro, heart, and to absorb all information about Alter’s feelings without being told verbally (38)”.

<sup>86</sup> “Ego does not express his wish but expects Alter or a third person to anticipate his wish. The burden of

Dakle, omoiyari je komunikacija zasnovana na empatiji, često bez reči, sa ciljem da se razumeju osećanja, želje i potrebe onog drugog i da se na njih adekvatno odgovori. Naglasili bismo da omoiyari često podrazumeva da potrebe drugog stavimo u prvi plan na račun svojih, što podrazumeva postojanje enryo. Rekonstrukcija elemenata omoiyari daće bolji uvid u vezu omoiyari i enryo.

Na osnovu detaljne analize rečenica koje u sebi sadrže omoiyari, Trevis (Travis:1992) se služi univerzalnim semantičkim metajezikom<sup>87</sup> i daje niz parametara koji ga precizno definišu ovu osobenost japanske kulture. To su:

- (a) X često misli ovako nešto o drugim ljudima
- (b) mislim da znam kako se ova osoba oseća;
- (c) mislim da znam šta ova osoba hoće;
- (d) zbog toga mogu da uradim nešto dobro za ovu osobu
- (e) želim to da uradim
- (f) ta osoba ne mora ništa da kaže
- (g) zbog toga X radi nešto
- (h) ljudi misle: to je dobro<sup>88</sup>

Parametri koje daje Trevis su kulturno i emotivno neutralni i predstavljaju glavne karakteristike omoiyari. Vježbicka ih usvaja i daje svoje komentare. Ova autorka ujedno kaže da omoiyari možemo ukratko opisati kao “sposobnost čitanja nečijih misli” i želju da odgovorimo na nečija neiskazana osećanja, želje i potrebe (Wierzbicka 1993:275).

Po parametrima vidimo da omoiyari ima veze sa “čitanjem misli” i reagovanjem na nečije potrebe, kao i sa neverbalnom komunikacijom. Sve ovo je na sličan, ali opširniji način, opisala Takie Sugijama Lebra. Lebra tvrdi da je suptilna komunikacija jedinstva i solidarnosti karakteristična za omoiyari zasnovana na ideji da u savršenoj intimnosti pojedinac ne mora verbalno da se izrazi ili da bilo šta učini jer će se sve što se dešava u njemu momentalno razumeti. Autorka ističe da Japanci veličaju tihi komunikaciju, *ishin denshin* (komunikaciju od srca do srca) i međusobne “vibracije” nagoveštavajući mogućnost polutelepatske komunikacije. Reči su nevažne u poređenju sa suptilnim znacima i signalima i intuitivnim razumevanjem nečijih osećanja. Najviša forma takve komunikacije je *ittaikan* (osećanje jedinstva), osećaj fuzije (115).<sup>89</sup>

---

communication falls not on the message sender but on the message receiver. Instead of Ego's having to tell or ask for what he wants, others around him guess and accommodate his needs, sparing him embarrassment. This sort of anticipatory communication was referred to in the context of empathy...(ibid.)”

<sup>87</sup> Univerzalni semantički metajezik je definiše kulturno obeležene pojave na osnovu univerzalnih ljudskih koncepata. Ovo je neka vrsta “azbuke ljudske misli” koja sve ljudske jezike svodi na osnovne elemente i sve reči u tom jeziku definiše na osnovu kombinacije tih elemenata (Wierzbicka, 1999: 123).

- <sup>88</sup> (a) X often thinks something like this about other people
- (b) I think I can know what this person feels
  - (c) I think I can know what this person wants
  - (d) I can do something good for this person because of this
  - (e) I want to do this
  - (f) this person doesn't have to say anything
  - (g) because of this, X does something
  - (h) people think: this is good

<sup>89</sup> “Inward communication of unity and solidarity stems from the notion that in perfect intimacy Ego does not have

Kao što vidimo iz navedenih opisa, *omoiyari* podrazumeva neku vrstu čitanja misli, razumevanje i predosećanje tuđih želja i potreba, brigu o drugome, kao i tumačenje neverbalnih znakova i odgovaranje na njih. Budući da je najčešće vezan za naslućivanje nečeg neizrečenog, zaključili bismo da je *omoiyari* usko vezan za neverbalnu komunikaciju. Sve ovo ne može biti svedeno na reči kao što su “empatija”, “obzir”, ili bilo koji od gorenavedenih prevoda, jer *omoiyari* osobenost japanske kulture koja u sebi sadrži mnoštvo specifičnih elemenata i kao takva ne postoji u drugim kulturama.

Nisu retki autori koji smatraju da na Zapadu ne postoji ništa slično *omoiyari*, i to pre svega zbog potpuno drugačijeg sistema vrednosti. Kako kaže Murase (1984), dok je zapadna “ego kultura” orijentisana na pojedinca i promoviše ličnost koja je “autonomna”, “samouverena”, “oštra i stabilna”, “čvrsta”, “takmičarskog duha”, “aktivna, prodorna i agresivna”, japanska kultura je “*sunao*”<sup>90</sup> orijentisana na vezu, a promoviše tip ličnosti koji je “zavistan”, “ponizan”, “pokoran”, “blag i nežan”, “fleksibilan i prilagodljiv”, harmoničan, “pasivan, poslušan i neagresivan” (327). Ukratko rečeno, dok je na Zapadu poželjno biti otvoren, izjasniti se i zastupati svoje stavove, u Japanu se ceni drugačiji način komunikacije: suptilnost, čitanje između redova i orijentacija na mišljenje drugog. Kao što se vidi, u japanskoj kulturi poželjno je u prvi plan staviti mišljenje, želje i potrebe drugog, makar i nauštrb sopstvenih. Ovo podrazumeva postojanje *enryo*, koji pojedinca navodi da suzbije svoje mišljenje, želje ili potrebe da bi ugodio drugom.

---

to express himself verbally or in conspicuous action because what is going on inside him should be immediately detected by Alter. The Japanese glorify silent communication, *ishin denshin* (heart to heart communication), and mutual “vibrations”, implying the possibility of semi-telepathic communication. Words are paltry against the significance of reading subtle signs and signals and the intuitive grasp of each other’s feelings. The ultimate form of such communication is *ittaikan* (feeling of oneness), a sense of fusion between Ego and Alter (115).”

<sup>90</sup> poslušna (prevod M.M.)



Slika 23. Mlada Japanka u položaju *seiza*.





Slika 24. Japanac u položaju *agura*

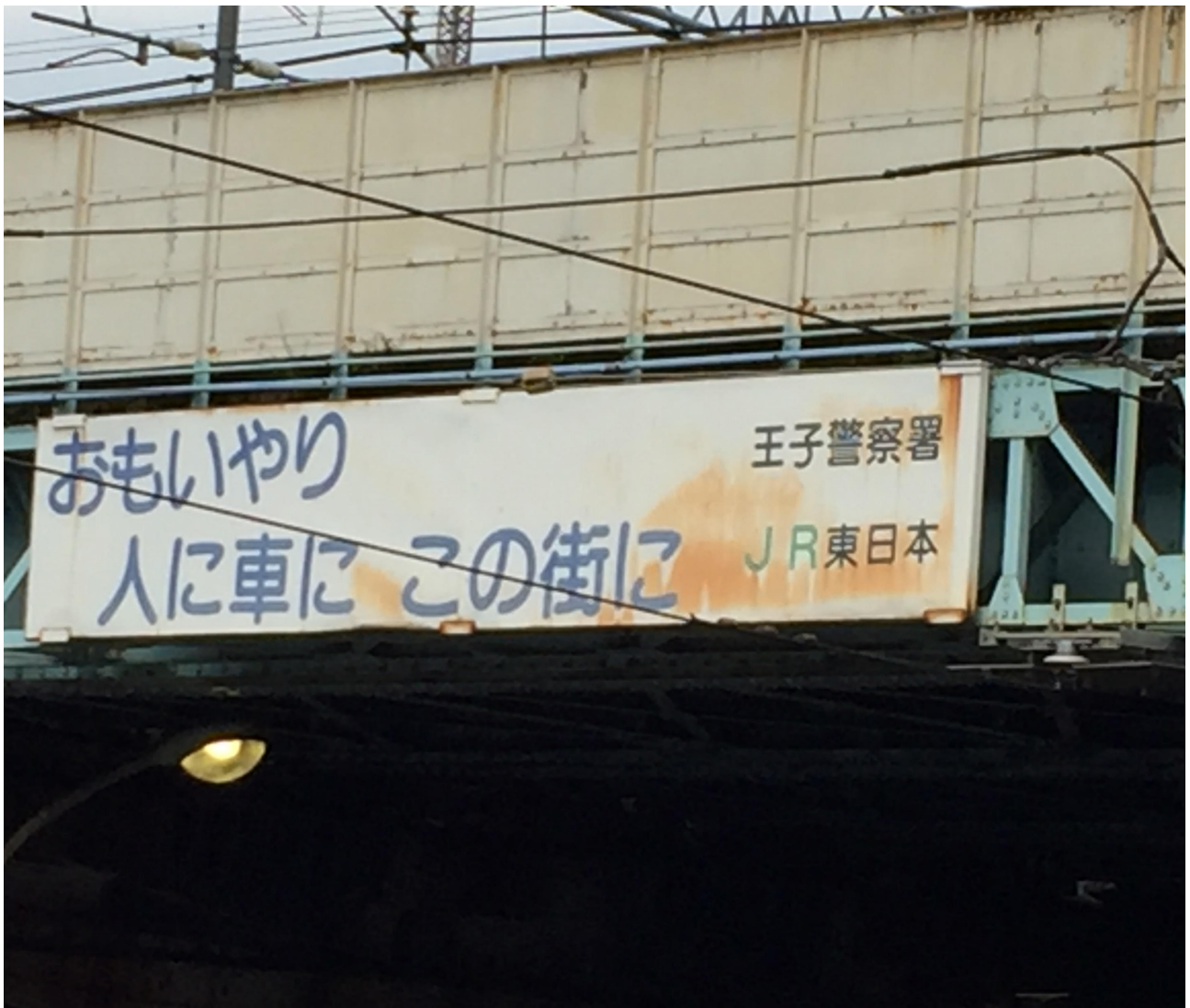
Koliko je omoiyari bitan u japanskom društvu jasno je kada imamo u vidu zapažanje Natsukagave (1992) da u japanskim novinama *Shikoku Shimbun*, u rubrici gde roditelji objavljuju fotografije novorođenčadi i izražavaju svoje želje vezane za karakter deteta, često piše “omoiyari no aru ko ni natte ne” (budi osoba koja ima *omoiyari*). Ista autorka kaže i da omoiyari ima važno mesto u instrukcijama za nastavnike u školi, od kojih je prva “Omoiyari no kokoro-o taisetsu ni shimasho”, odnosno “Negujmo duh omoiyari”. Jasno se vidi da je omoiyari važan kako u porodici, tako i u školi, kao jedna od najbitnijih stavki u obrazovanju i odgajanju deteta<sup>91</sup>. Nije retkost ni u vozovima, školama i drugim javnim mestima (slika 18, 19) videti natpise koji ukazuju da treba imati omoiyari i ustupiti mesto starijim osobama, i slično.

---

<sup>91</sup> Natsukagawa, 1992, preuzeto iz Wierzbicka, 1993:276.



Slika 25. Natpis na ogradi škole  
“U ponašanju, u saobraćaju, svi treba da imamo omoiari”



Slika 26. Saobraćajni natpis, Ođi  
“Omoiyari za ljude, za vozila, za ovaj grad”

Rezultati istraživanja Trevisove sprovedenog u Australiji među govornim predstavnicima engleskog i japanskog jezika 1992. godine jasno pokazuju koliko je zapravo omoiyari važan u sistemu vrednosti japanske kulture. Istraživanje je uključivalo anketu u kojoj su ispitanici naveli karakteristike koje najviše cene kod ljudi. Tri najčešće navođene reči među govornim predstavnicima japanskog jezika bile su yasashii (78%), akarui (68%) i omoiyari (58%). Sa druge strane, najčešći odgovori govornih predstavnika engleskog jezika bili su honest (70%), intelligent (50%) i kind (20%). Primetno je da je kod govornih predstavnika engleskog jezika mnogo manje cenjena orijentacija na drugoga (kind 20%), nego što je to slučaj kod govornih predstavnika japanskog (yasashii 78%, omoiyari 58%).

U cilju da utvrdimo koliko se društvo promenilo u odnosu na 1992. godinu., u sklopu našeg istraživanja postavili smo slično pitanje u anketi koja nam je dala dublji uvid u sistem vrednosti u japanskom društvu danas. Rezultati našeg istraživanja biće detaljno analizirani u nastavku ovog rada.

S obzirom na sve navedeno, jasno je da omoiyari ima veoma važnu ulogu u japanskom društvu i sistemu vrednosti, kao i da je veoma poželjna osobina u mnoštvu situacija. U narednom delu ćemo detaljnije predstaviti oblike omoiyari i njihovu manifestaciju u nekim realnim situacijama, oslanjajući se na opis Lebra, autorke koja je detaljno obradila ovu temu.

Lebra tvrdi da se omoiyari manifestuje u nekoliko različitih formi. To su: održavanje sloge, ugađanje drugom, sentimentalna ranjivost, efekat ogledala, intuitivna komunikacija i krivica (Lebra: 38-50).

#### ODRŽAVANJE SLOGE

Omoiyari je razlog zbog koga Japanac često neće izraziti svoje mišljenje dok ne naiđe na odobravanje kod sagovornika. Kako kaže Lebra, omoiyari zahteva potiskivanje sopstvenih ideja i želja ako su u suprotnosti sa željama drugog. U konvencionalnoj komunikaciji, pojedinac se neće izjasniti dok ne otkrije da se drugi slaže s njim. U razgovoru pojedinac ne završava rečenicu, već je ostavi nedovršenu tako da slušalac može da je nastavi pre nego što govornik izrazi svoje mišljenje ili želje. Ovo je moguće jer je u japanskom jeziku glagol koji izražava želju govornika na kraju rečenice. Dozvoljavajući da se rečenica nastavlja sve dok ne dođe do glagola, govornik može izbeći da se izrazi i nametne svoje ideje, dok ne sazna odgovor slušaoca (38-39).<sup>92</sup>

Lebra navodi još jednu osobenost japanskog jezika koja je usko vezana za omoiyari. Autorka kaže da se strah da se naše mišljenje može razlikovati od mišljenja sagovornika, ili želja da budemo u slozi sa drugim, manifestuje u učestalosti kojom se u razgovoru javlja rečca *ne*<sup>93</sup>, koja zvuči kao da se od sagovornika traži saglasnost. Ako je dovoljno osetljiv, slušalac će uveravati govornika da je primio poruku, da odobrava ili da se slaže često klimajući glavom i govoreći “Slušam”, “Tako je” ili “Da”(39).

Jasno je da omoiyari ima jak uticaj ne samo na formu japanskog jezika, već i na neverbalne signale koji ga prate, kao što je klimanje glavom. Stoga će Japanac, ukoliko želi da stavi do znanja

---

<sup>92</sup> “Omoiyari requires suppression of Ego’s own ideas or wishes if they are opposed to Alter’s. This is manifested in the conventional form of communication where Ego tries not to assert himself unless Alter is found to agree with him. In conversation the speaker does not complete a sentence but leaves it open-ended in such a way that the listener will take it over before the former clearly expresses his will or opinion. This is possible because, in Japanese, the verb expressing the speaker’s will comes at the end of the sentence. By letting a sentence trail off before coming to the verb, the speaker can avoid expressing and imposing his ideas before knowing the listener’s response (38-39).”

<sup>93</sup> Zar ne? (prevod M.M.)

da obraća pažnju na ono što mu se govori, klimati glavom mnogo češće nego prosečan Evropljanin ili Amerikanac. Ovo je još jedan pokazatelj čvrste veze omoiyari i neverbalne komunikacije.

## UGAĐANJE DRUGOM

Još jedna od formi omoiyari se ogleda u želji da predvidimo potrebe drugog i ugodimo im. Zato se pojedinac trudi da drugom bude prijatno tako što mu pruža ono što mu je potrebno, što voli, i što izbegava sve što mu je neprijatno. Vogel govori o japanskom gostoprimstvu gde se sto sa svim jelima postavlja unapred (ozendate). Japansko gostoprimstvo podrazumeva da se sve unapred uredi, uključujući smeštaj, hranu, prevoz i detaljan plan, bez konsultacije sa gostom. Sve se ovo zasniva na razumevanju nečijih osećanja bez verbalne komunikacije<sup>94</sup>. Podrazumeva se da gost zbog enryo ne želi da eksplicitno kaže šta želi, tako da se domaćin trudi da predvidi njegove potrebe i ne dovede ga u neprijatnu situaciju.

Kao slikovitu ilustraciju kontrasta situacije u Japanu i u Sjedinjenim Državama, Aida navodi da se često na televiziji u SAD viđa žena koja služi kafu i pita muža da li želi šlag. Ovaj autor kaže da bi za japansku ženu bilo bi nezamislivo da ne zna šta njen muž voli nakon mnogo godina zajedničkog života (1970:161). Dakle, još jednom se jasno vidi da Japanci daju prednost “naslućivanju” i neverbalnoj komunikaciji u odnosu na verbalnu.

Još ekstremniji primer navodi Doi. Ovaj autor govori o svom američkom domaćinu koji, pre nego što ponudi piće, pita gosta da li bi želeo bezalkoholni napitak ili žestoko piće. Ako gost traži žestoko piće, domaćin ga pita da li bi viski ili burbon, a onda da li bi hteo led, vodu, koliko čega, i slično. Posle večere, gosta opet pitaju da li želi kafu ili čaj, i da li želi šlag i šećer. Nakon takvog gostoprimstva, Doi je shvatio da je to američki običaj, ali u isto vreme primetio da ga baš briga šta mu serviraju (1973:3).

Kako primećuje Lebra, Doijeva anegdota nam pokazuje da postoje kulturne razlike u konceptu empatije. U Americi se empatija pokazuje tako što se drugome daje sloboda izbora, dok u Japanu empatija podrazumeva naslućivanje i ispunjavanje nečijih želja. Ekstremna forma empatije, kako u Japanu tako i u Americi, može biti groteskna i daleko od prave empatije. I zaista, omoiyari je često daleko od, a čak protiv, želja drugog. Po povratku iz Sjedinjenih Država, jedan japanski pisac je u jednom nedeljniku napisao da se u Sjedinjenim Državama ništa ne dešava ukoliko sami ne preduzmete akciju da to i dobijete, dok je u Japanu potpuno suprotno. Japanci će, kako on kaže, nuditi pomoć i raditi za vas čak i ako ste pasivni. Iznenada ćete se naći u okruženju pažljivih, dobronamernih prijatelja i suseda koji žele da vam pomognu da nađete supružnika ili kupite kuću. Ako ne želite da vam ovako pomažu, ne smete da sedite već morate preduzeti nešto (Lebra: 40-41).<sup>95</sup>

---

<sup>94</sup> “Empathy is manifested in Ego’s readiness to anticipate and accommodate Alter’s need. Ego tries to optimize Alter’s comfort by providing what Alter needs or likes and by avoiding whatever might cause discomfort for him. Vogel observed this sort of hospitality in the Japanese preference for ozendate meaning, literally, “a table set for a full-course dinner”. The Japanese concept of hospitality is to have everything arranged ahead of time, including lodging, food, transportation, and detailed itinerary, rather than waiting to consult with the guest. All this should be done on the basis of an understanding of Alter’s feelings without verbal communication (Vogel, 1963:235; preuzeto iz Lebra: 40).”

<sup>95</sup> “A Japanese writer, on returning from the United States, wrote in a weekly magazine that in the United States nothing happens to you unless you yourself initiate action to get what you want, whereas in Japan you experience the reverse. Japanese, he felt, will offer help and will work for you if you remain inactive. You suddenly find yourself caught up by kind, well-meaning friends and neighbors who want to help you find a spouse or buy a house. If you do not want to be helped in this way, you must not just sit but take action. (40-41)”

Ovo je trenutak kada omoiyari postaje sinoniman sa *osekkai*<sup>96</sup>, koje je suprotnost razumevanju punom empatije. Ako se omoiyari smatra vrlinom, *osekkai* se smatra porokom. Međutim, u japanskom društvu nema ništa manje *osekkai* nego omoiyari, i možda se *osekkai* mora prihvatiti kao druga strana medalje (*ibid*).

Da bi se neko osećao prijatno, ne samo da mu ugađamo, već se trudimo i da sprečimo neprijatnosti. Često Japanci kažu da ne žele da prouzrokuju *meiwaku*, smetnju, drugoj osobi, da mu se nađu na putu ili ga povrede<sup>97</sup>. Ova strana omoiyari ima dosta zajedničkog sa srpskim obzirom, ali i ustručavanjem.

Kod Japanaca, doduše, rezervisanost (ili da budemo precizniji, *enryo*) da ne bismo povredili drugoga može biti tako ekstremna da je čak i većina Japanaca smatra nezrelim. Pojedinaac neće tražiti nešto na šta ima pravo samo zato što neće da time uvredi drugoga. Kupac u prodavnici ili gost u restoranu neće gledati račun ili brojati kusura, ne samo da se ne osramoti, već često i jer ne želi da uvredi konobara ili kasira čak i tračkom nepoverenja. (Lebra: 42)

Japanci ne žele da budu na teretu i na oslanjanje na druge ljude, ukoliko ih time opterećujemo, ne gleda se sa odobravanjem. Zato se ponuđena pomoć često odbija. Japanski individualizam podrazumeva ne nametanje sopstvene volje okruženju, već odbijanje da se oslonimo na druge (Lebra 42-3).

## SENTIMENTALNA OSETLJIVOST

U socijalnoj interakciji, Japanci bivaju povređeni ili uvređeni na najmanju provokaciju. Čini se da su njihove emocije krhke “poput ljuske jajeta”. Ovakva osetljivost automatski je vezana za empatiju, jer zahteva nečiju pažnju. Štaviše, ukoliko empatija postoji, automatski potpiruje osetljivost. Teško je reći šta dolazi prvo - što je suština socijalnog relativizma. Štaviše, ako se empatija očekuje i podrazumeva u japanskom kulturnom scenariju, svako odstupanje od kulturne norme će povrediti drugoga. Ukoliko kupac izbroji kusura, kasir će biti uvređen.<sup>98</sup>

S obzirom na ovakvu osetljivost, pojedinac može uvrediti drugoga namerno. Kada neko želi da kazni drugoga, sve što treba da uradi je da pokaže da je on sam, ili neko drugi, nezadovoljan, aludira na ponašanje “žrtve”, ili ga osramoti pred drugima. Takav nedostatak empatije ne bi imao efekta u kulturama gde su ljudi uglavnom “žilaviji”<sup>99</sup>

Osetljivost se može manifestovati mazohističkim pokazivanjem povređenosti ili uvređenosti. Kada ga nazovu budalom ili nikogovićem, pojedinac to može bez protesta prihvatiti i

<sup>96</sup> mešanje u tuđa posla (prevod M.M.)

<sup>97</sup> “Alter’s comfort is optimized not only by providing pleasure, but by preventing displeasure. One should note how often in speech the Japanese refer to the need not to cause *meiwaku*, “trouble”, for another person, not to be in his way, and not to hurt his feelings. In actual behavior, too, they tend to be circumspect and reserved so as not to offend other people. Thus, the virtue of *enryo*, “self-restraint”, is exercised not only to respond to group pressure for conformity but to avoid causing displeasure for others, regardless of their group membership (Lebra: 41).”

<sup>98</sup> “In social interaction, the Japanese experience hurt feelings at the slightest provocation. Their emotions appear to be as fragile as eggshells. This sentimental vulnerability dovetails with empathy in that vulnerability necessitates empathetic care, while the availability of the latter encourages the persistence of the former. There is no way of pinning down which comes first - the very essence of social relativism. Furthermore, if Ego’s expectation of empathetic treatment is culturally embedded, as in Japan, every alteration by Alter from that expectation is likely to hurt Ego. If the customer counts his change, the cashier is likely to feel offended (Lebra 43).”

<sup>99</sup> “Given such vulnerability, one can hurt another’s feelings as an effective strategy for social sanction. When Ego wants to punish Alter, all he has to do is show his or someone else’s displeasure, to allude to Alter’s misbehavior, or more severely, to embarrass Alter in front of others. Such displayed lack of empathy would not work in a culture where people are generally tough or “hard-boiled”(ibid).”

mazohistički prokomentarišati da i jeste budala. Takav odgovor može biti “kazna” za nedostatak omoiari, kao i pretnja da će se pojedinac zaista ponašati budalasto ili “uzeti na zub” onoga koji ga je povredio.<sup>100</sup>

Ovo ujedno može pojedincu dati energiju da napreduje. U mnogim istinitim, kao i izmišljenim pričama, junak pretvara motiv za osvetom u motiv za uspehom. Najefektnija odmazda je napredak u statusu tako da možemo da gledamo s visine na onoga ko nas je uvredio<sup>101</sup>.

### EFEKAT OGLEDALA<sup>102</sup>

Ovo je specifična forma omoiari gde dvoje ljudi dele isto osećanje i na taj način zapravo utiču jedno na drugo. Kako navodi Lebra, Japanci veruju da ukoliko želimo da nam neko veruje, najpre moramo da pokažemo da smo i sami pouzdani; ako neko želi da započne rizičan biznis koji zahteva iskrenost druge osobe, najbolji način da započne je da mu veruje. Verovanje u nekoga biće nagrađeno. Sa druge strane, ukoliko poverenje nije potpuno, partner će to osetiti i reagovati tako da opravda sumnje.<sup>103</sup>

Takođe, Japanci veruju da će *magokoro*<sup>104</sup> otvoriti nečiju zatvorenu dušu i izazvati željeno ponašanje (Lebra:45). Stoga je poželjno ući u prijateljski ili poslovni odnos iskreno i s poverenjem.

### INTUITIVNA KOMUNIKACIJA

U Japanu je prioritet na implicitnoj, neverbalnoj i intuitivnoj komunikaciji u odnosu na eksplicitnu, verbalnu i racionalnu. Doi aludira na ovaj aspekt ponašanja Japanaca govoreći da “nije mogao da se otme utisku da Amerikanci mrze tišinu, dok Japanci mogu sedeti zajedno u prijatnoj atmosferi a da jedno drugome ne kažu ni reč (1973:6)”.

Lebra navodi nekoliko razloga za ovakav način razmišljanja, koji su pre svega vezani za empatiju. Prvo, nema potrebe za verbalnom komunikacijom ako postoji osetljivost ka potrebama sagovornika. Ukoliko je pojedinac dovoljno osetljiv za potrebe drugog, verbalna informacija je suvišna. Japanci ne samo da žele da izbegnu suvišnost već i osećaju da je govor slaba zamena za intuitivno razumevanje nečijih misli. Takođe, smatraće osobu koja šalje neverbalne, indirektno, suptilne poruke, sofisticiranom. Sa druge strane, veruju da samo neosetljiva, neotesana osoba želi direktnu i verbalnu poruku. (Lebra: 46- 47).

Još jedan razlog da se prioritet stavi na neverbalnu komunikaciju je da je intuitivna, suptilna komunikacija zasnovana na empatiji neophodna da se održi japanski način života. Verbalna,

---

<sup>100</sup> “Vulnerability is further demonstrated by the masochistic display of wounded feelings. When Alter calls Ego by nasty names like “fool”, “good-for-nothing”, Ego may, instead of protesting, accept them in conspicuous masochism by saying, “Yes, as you say, I am a fool”. Such a response should be understood as a punishment for Alter’s lack of omoiari or as a threat that Ego is indeed going to behave foolishly or hold a grudge against Alter (Lebra:44).”

<sup>101</sup> “A grudge against a person who, lacking omoiari, has hurt Ego may be turned into psychic energy for advancements. Many success stories, actual and fictional alike, reflect the Japanese propensity for thus transforming a revengeful motivation into an achievement motivation. The most effective retaliation, it seems, is to move up in status- high enough to look down upon former offender (ibid).”

<sup>102</sup> U originalu “The Social Echo Effect” (ibid)

<sup>103</sup> “The Japanese believe that if one wants to be trusted, one should first demonstrate trustworthiness; if one has to launch a risky business based on another’s sincerity, the best way to begin is by trusting him. Ego’s trustfulness will penetrate Alter’s receptor, which in turn will rebound trustworthiness upon Ego. If, on the other hand, trust is held back even slightly, Alter will sense it and react in such a way that Ego’s suspicions will be verified (44-45)”.

<sup>104</sup> Otvorena duša, iskrenost (prevod M.M.)



eksplicitna forma komunikacije bi ga mogla poremetiti. Dok god ljudi žive u kućama koje su podeljene na prostorije nezaključanim kliznim papirnim vratima, postoji potreba da se poruke šalju i primaju neverbalno. Nepromišljena vokalizacija mogla bi da ugrozi harmoniju između ljudi koji žive pod istim krovom (47).

Jedna od posledica prisustva intuitivne komunikacije u Japanu (o kojoj je već bilo reči u ovom radu) je i izbegavanje gledanja u oči. Evropljanima može biti neobično što čak i glumci u japanskim serijama koji jedno drugom izjavljuju ljubav, izbegavaju direktan pogled (Shimizu, 1968: 206-207). Međutim, kultura koja neguje intuitivnu komunikaciju teško da će podsticati gledanje u oči. Japanci su osetljivi na socijalne stimuluse, a informacija koju šalju i primaju oči može biti prejaka. Zato omoiyari nalaže da ograničimo ne samo verbalni izraz, već i pogled. Dakle, iako se omoiyari zasniva na sposobnosti da uđemo u nečiji unutrašnji svet, on zahteva i inhibiciju te sposobnosti u nekim situacijama (Lebra: 48)<sup>105</sup>.

## KRIVICA

Krivica je naročito bolna kada se javi empatija prema povređenom... Ako je pojedinac svestan da je nečim izazvao njegovu patnju, krivica će biti nepodnošljiva. Lebra navodi primer omoiyari u formi krivice koju su pokazali građani Kokure, koji su poslali Nagasakiju 300 000 jena 1970. godine. Razlog za slanje novca bio je taj što je zapravo Kokura bila planirana meta, ali je zbog vremenskih uslova bomba bačena na Nagasaki (Lebra: 48). Građani Kokure su saosećali sa žiteljima Nagasakija, i zbog savesti koja ih je pekla, darovali ovaj novac.

## MANE OMOIYARI

Iako je u Japanu omoiyari definitivno poželjna osobina i veoma važna kulturna vrednost, iz nekih primera smo videli da itekako može biti smetnja. Kao što smo već i naveli, pogrešno tumačenje nečijih želja, ili težnja da pomognemo nekome ko to ne želi, mogu izazvati efekat suprotan od nameravanog. Takođe, ako nam neko pomaže, možemo osećati da smo na smetnji. Ovakav kulturni obrazac postoji i u Srbiji, ali nije do te mere značajan kao u Japanu.

Takođe, iako Japanci vide lepotu u idejama kao što je omoiyari, istovremeno su svesni i problema koje ova ideja nosi sa sobom. Prihvatanje pomoći stvara neplaniranu obavezu da se pomogne zauzvrat (Lebra: 158).

Isto tako, potreba za pripadnošću ima svoju cenu. Ukoliko je šticećenik zavistan od patrona, moraće uvek da mu se prilagodi. Ukoliko je nadređeni zavistan od podređenog, što mu je potrebno da održi status, podređeni će izgubiti slobodu. Nemoguće je prihvatiti omoiyari i izbeći probleme. Prihvatajući jedno, odričemo se nečeg drugog (Lebra: 254).

Primetno je da se briga drugih povećava ako je osoba višeg statusa. Takođe, muškarci dobijaju više pažnje u tom smislu nego žene, a naročito neženje, jer se smatra da su "besspomoćni" (Lebra: 123). S obzirom na to, ne možemo reći da omoiyari postoji nezavisno od društvenih uloga, niti da uvek potiče iz iskrenih namera.

Kao što vidimo, omoiyari je veoma bitan u Japanu i veliča se kao jedna od najpoželjnijih ljudskih osobina koje su neizostavne u obrazovanju i podizanju dece. Međutim, omoiyari može biti i nevolja, jer nameće i obaveze prema drugome. Takođe, osoba koja želi da nasluti potrebe drugog ne mora uvek biti u pravu, što može izazvati efekat potpuno suprotan od nameravanog.

---

<sup>105</sup> Što je opet jedan od oblika enryo.

Napomenuli smo i da je omoiyari često direktno vezan za enryo, jer pojedinac može suzbijati sopstvene potrebe, želje ili radoznalost zarad druge osobe. Kao što vidimo, omoiyari, koji se neguje od detinjstva, često je neraskidivo vezan za enryo kao jednako važan element japanske kulture.

U nastojanju da utvrdimo koliko je enryo prisutan u neverbalnoj komunikaciji danas, kao i da utvrdimo koliko se društvo promenilo u odnosu na period kada su sprovedena ranija istraživanja na ovu temu, odlučili smo da sprovedemo kratko istraživanje. Cilj, metod i nalazi ovog istraživanja biće detaljno predstavljeni u narednom poglavlju ovog rada.

## ISTRAŽIVANJE O ENRYO U NEVERBALNOJ KOMUNIKACIJI – METOD, ANALIZA I ZAKLJUČCI

Kao što smo videli, *enryo* je važan element japanske kulture koji podrazumeva svesno ili polusvesno, svojevoljno ili čak nametnuto uzdržavanje od pokazivanja sopstvenih želja, stavova, emocija ili mišljenja, kao i verbalnih i neverbalnih reakcija, iz potrebe da sebi ili drugima ne prouzrokuje neprijatnost, da neko ne bude povređen, kao i da sami sačuvamo “ugled”. Enryo je rezultat snažnog uticaja grupe u japanskom društvu, orijentacije na drugu osobu i omoiyari, još jedne kulturne vrednosti koja podrazumeva želju da se naslute potrebe druge osobe.

Enryo je prisutan kako u verbalnoj, tako i u neverbalnoj komunikaciji. U neverbalnoj komunikaciji enryo se manifestuje u naklonu, položaju prilikom sedenja, izostanku dodira, ali i u nepokazivanju radoznalosti, želja i potreba.

Smatramo da istraživanje čija je tema enryo ne bi bilo potpuno bez neke vrste ispitivanja društva, koje bi pokazalo kako se enryo konkretno manifestuje među Japancima danas. Stoga smo u okviru istraživanja sprovedeli anketu kako bismo imali realne podatke kao pokazatelj uticaja enryo na ponašanje Japanaca i prisustva enryo u neverbalnoj komunikaciji Japanaca, ali i uopšte u japanskom društvu. Takođe smo želeli da uvidimo u čemu se ogledaju sličnosti i razlike između muškaraca i žena, ali i mlađe i starije generacije, kada je reč o ovoj pojavi (sa posebnim osvrtom na enryo u neverbalnoj komunikaciji), zbog čega su ispitanici podeljeni na grupe po uzrastu i polu. Dobijeni rezultati biće predstavljeni u nastavku rada.

### 4.1. METOD ISTRAŽIVANJA

Smatramo da anketa kao metod istraživanja omogućava da utvrdimo realne pokazatelje trenutne situacije u društvu, jer u odgovorima vidimo kako bi se ispitanici ponašali u određenim situacijama. Značajno je i da je ovo dobar način da se u kratkom roku dođe do velikog broja ispitanika. Pored toga, smatramo da nam anonimnost ankete daje mogućnost da se bez povrede ličnih informacija dobiju konkretni podaci, a brzina i jednostavnost ovog metoda omogućili su da se ispitanici dobrovoljno uključe u istraživanje.

Doduše, ovaj metod istraživanja ima i svoje mane. Odgovori na šesnaest pitanja nude relativno ograničen broj informacija da bi se analiziralo ponašanje jednog društva. Takođe, s obzirom na anonimnost, nije bilo moguće ponovo kontaktirati ispitanike radi dodatnih objašnjenja. Pitanja nisu bila previše detaljna i stoga ne možemo dati sve razloge zbog kojih se ispitanik odlučio za određeni odgovor. Iako bi, recimo, eksperiment bio dobar način da se dođe do konkretnijeg uvida u realan stepen enryo u ponašanju Japanaca, smatramo da bi eksperiment čiji bi uslovi bili slični onima navedenim u anketi bio komplikovan, bilo bi teško kontrolisati sve elemente i uključivanje velikog broja ispitanika zahtevalo bi previše vremena.

Također smo razmatrali mogućnost studije slučaja, ali ovaj metod bi se fokusirao na ograničeni broj primera. Stoga smo zaključili da bi nam anketa kao metod istraživanja dala širu sliku o prisustvu enryo u neverbalnoj komunikaciji u japanskom društvu. Još jedna od prednosti ovog metoda je da Google Survey daje pregled odgovora sa grafikovima gde se vide koji procenat ispitanika je dao koji odgovor. Također, svi odgovori su sačuvani u Excel tabeli na osnovu koje smo mogli da uporedimo odgovore ispitanika različitih godina i oba pola. Ovo je možda i najveća prednost ankete kao metoda istraživanja. Naime, tendencije u svakom društvu se s vremenom menjaju. Upoređivanje odgovora mlađih i starijih ispitanika daje nam mogućnost uvida u promene u japanskom društvu, kao i u eventualne buduće tendencije. Značajno je i da se lako mogu uporediti odgovori muškaraca i žena. S obzirom na uvreženo mišljenje da je enryo izraženiji u neverbalnoj komunikaciji kod žena nego kod muškaraca, zanimalo nas je u kom stepenu je to zaista slučaj, kao i da li će biti izuzetaka od tog pravila.

Anketa je sprovedena u Japanu u periodu od oktobra 2016. do maja 2017. godine. Za distribuciju ankete koristili smo Google Survey, koji je ujedno korišćen i za analizu podataka. Prednosti ovog metoda su laka i brza distribucija i preglednost. Odgovori na pitanja i tabele sa pregledom rezultata biće prikazani u nastavku rada.

## 4.2. ANKETA

U anketi je učestvovalo 232 ispitanika, koji su bili podeljeni u šest starosnih grupa: do 25 godina; od 26 do 35 godina; od 36 do 45 godina; od 46 do 55 godina; od 56 do 65 godina i preko 66 godina. 132 ispitanika bilo je ženskog, a 100 ispitanika muškog pola. Bilo je 7 nepotpunih anketa gde ispitanici nisu dali podatke o godinama i polu, ili nisu odgovorili na neka pitanja. Nepotpuni odgovori nisu uzeti u obzir, budući da bi ih bilo teško upoređivati sa ostalima zbog nepreciznih informacija.

Anketa je distribuirana putem mejla, kao i društvenih medija Fejsbuk i Lajn. S obzirom na veoma široku rasprostranjenost navedenih medija, u anketi su učestvovali ispitanici iz raznih krajeva Japana. Iako smatramo da geografski faktor (život u malom ili velikom gradu, na selu i slično) svakako nije beznačajan, činjenica je da mnogi Japanci često prelaze s kraja na kraj Japana zbog posla, školovanja ili iz nekih drugih razloga. S obzirom na to, veliki broj Japanaca je živelo kako u malom gradu ili selu, tako i u velikom gradu. Stoga se nismo bavili podelom prema mestu boravka, već smo se koncentrisali na širu sliku. U anketi su učestvovali žitelji raznih krajeva Japana, od prefektura Akita, Ivate i Tojama na severu pa sve do Fukuoke i Okinave na jugu. Obrazovanje ispitanika nije uzeto u obzir.

Najpre smo sproveli probno istraživanje na 10 ispitanika, kako bismo uvideli eventualne tendencije u odgovorima. Ovo probno istraživanje nam je ujedno pomoglo da uvidimo koja pitanja nisu dovoljno precizna, tako da smo u skladu sa komentarima ispitanika precizirali ponuđene odgovore. Ukoliko su se u probnom istraživanju često spontano navođeni odgovori koji prvobitno nisu bili ponuđeni, i ta opcija je uključena u anketu u kasnijoj fazi.

## 4.3. CILJ ISTRAŽIVANJA I PITANJA

Cilj ankete bio je da utvrdimo stepen enryo u ponašanju Japanaca, a pre svega u različitim sferama neverbalne komunikacije, kao i sličnosti i razlike u stepenu enryo različitih starosnih grupa. Zanimao nas je enryo u pokazivanju sopstvenih potreba i želja, u jelu i piću, enryo u pozdravljanju sa bliskim osobama (i u okviru toga, enryo u fizičkom dodiru u komunikaciji), reagovanja na

neku smetnju, pokazivanju emocija, kao i radoznalosti. Pre svega smo se koncentrisali na primere vezane za neverbalnu komunikaciju, to jest, da li će naši ispitanici neverbalnim signalima pokazati izvesnu potrebu, radoznalost, reagovati na smetnju, glad, i slično.

Trudili smo se da prikazemo slikovite primere iz svakodnevnog života u kojima bi prosečan Japanac imao neku želju ili potrebu i da vidimo koliko bi ispitanika pokazalo tu potrebu i na koji način, a koliko njih bi zbog *enryo* prikrivali želje i potrebe. Na primer, da li će jesti ako su gladni, da li će sešati ako su umorni, da li će izraziti ili prikrivati radoznalost, prihvatiti ili odbiti nešto što im je potrebno, i slično. Ove situacije se uglavnom odnose na trenutke kada je osoba okružena nepoznatima, ili ne previše bliskim ljudima. Naime, smatra se da se *enryo* mnogo češće ispoljava među poznanicima nego među bliskim prijateljima i u porodici. Takođe nas je zanimalo koliko je *enryo* prisutan u komunikaciji sa osobama koje pripadaju istoj grupi - pozdravljanju sa članovima porodice, susretu sa starim prijateljima koje dugo nisu videli na javnom mestu, i slično.

Prvi deo ankete (pitanja 1. i 2.) odnosio se na lične podatke kao što su pol i godine. Poštovali smo privatnost i anonimnost ispitanika, tako da od njih nismo tražili da navode podatke kao što su ime, broj telefona ili kontakt adresa. Odgovori koji nisu sadržali ove podatke nisu uključeni u analizu.

U narednom delu (pitanje broj 3.) cilj nam je bio uvid u sistem vrednosti Japanaca i odgovori su bili slobodnog karaktera. Ovo je veoma važan deo istraživanja, jer su ispitanici slobodnim odgovorima iskazali šta smatraju dobrom osobom i na taj način nam omogućili da uvidimo koje osobine su cenjene u japanskom društvu. Takođe, zanimalo nas je koliko će se često javljati osobine koje su bliske *enryo* i *omoiyari*, kao i osobine koje ukazuju na brigu o drugoj osobi, i slično. Prilikom analize trudili smo se da uporedimo odgovore sa ranijim istraživanjem koje je Trevisova sprovela 1992. godine, u kome su Japanci u Australiji pridevima po slobodnom izboru opisivali šta smatraju dobrom osobom.

Ostatak ankete predstavljao je konkretne situacije vezane za *enryo*, a većim delom i za neverbalnu komunikaciju. Pitanja 4, 8 i 9 odnosila su se na situacije kada ispitanici imaju neku želju ili potrebu (umorni su i žele da sednu, hladno im je ili im treba kišobran) i zanimalo nas je koji će stepen *enryo* pokazati u takvim situacijama.

Pitanja 5 i 6 odnosila su se na stepen *enryo* u komunikaciji očima. Pitanja 7 i 15 odnosila su se na *enryo* u jelu i piću u prisustvu prijatelja ili poznanika. Tema trinaestog pitanja je *enryo* u neverbalnoj komunikaciji sa roditeljima, odnosno pozdravljanju sa roditeljima. Pitanja 10, 11 i 12 vezana su za stepen *enryo* u neverbalnoj komunikaciji u interakciji sa potpuno nepoznatom osobom. Konačno, poslednji deo (pitanja 14, 15 i 16) bio je vezan za *enryo* nezavisno od neverbalne komunikacije. Izuzev trećeg pitanja, ispitanici su birali jedan od ponuđenih odgovora, ali su, u slučaju da im ne odgovara nijedna od ponuđenih opcija, mogli da se odluče za "drugo" i da dopišu svoj odgovor ukoliko žele.

Na ovaj način smo želeli da ispitamo *enryo* u neverbalnoj komunikaciji u raznim sferama života: ispunjavanje ličnih potreba (pitanja 4, 8 i 9), komunikaciju očima (pitanja 5 i 6), interakciju sa nepoznatima (10, 11 i 12), pozdravljanju sa roditeljima (13), *enryo* u jelu i piću (7 i 15). Takođe smo jedan deo posvetili *enryo* u situaciji kada želimo da iskažemo pozitivno osećanje (pitanje 14), kao i stav prema bučnim osobama koje nemaju *enryo* i smetaju ispitanicima (pitanje 16).

U narednom delu ovog rada biće detaljno prikazano svako pojedinačno pitanje.

### 4.3.1. STAROST I POL ISPITANIKA

Najpre su ispitanici odgovorili na pitanje kojih su godina. Prva starosna granica koju smo napravili je 25 godina. Ova grupa obuhvatala je studente i mlade ljude sa relativno malo radnog iskustva. Najmlađi ispitanici bili su studenti prve godine studija, što znači da niko od ispitanika nije imao manje od 18 godina. Značajno je da ova starosna grupa u velikom broju odgovorili na anketu (68 ispitanika, odnosno 29.3%).

Drugu grupu ispitanika činili su ispitanici od 26 do 35 godina (12.9%), a treću grupu ispitanici od 36 do 45 godina (15.1%). U četvrtoj grupi anketirani su imali od 46 do 55 (26.7%), u petoj grupi od 56 do 65 godina (13.8%), a u poslednjoj, šestoj grupi su ispitanici preko 65 godina (2.2%).

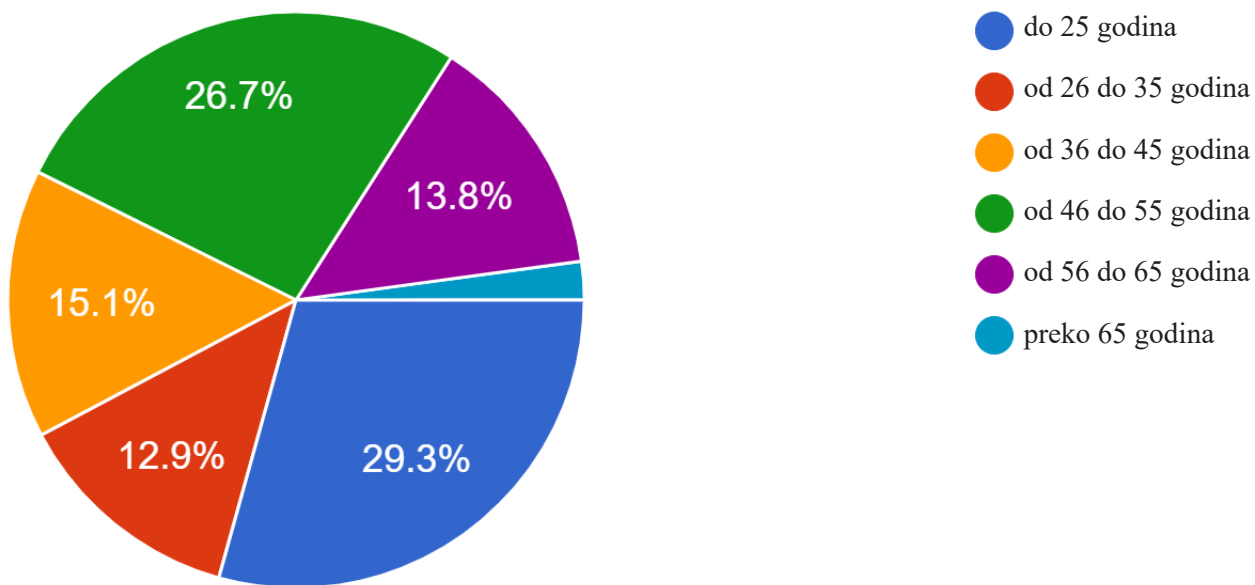
Zatim su ispitanici odgovorili na pitanje kog su pola. 56.9% ispitanih bilo je ženskog, a 43.1% muškog pola. Podela ispitanika prema godinama i polu izgleda ovako:

Tabela 1.

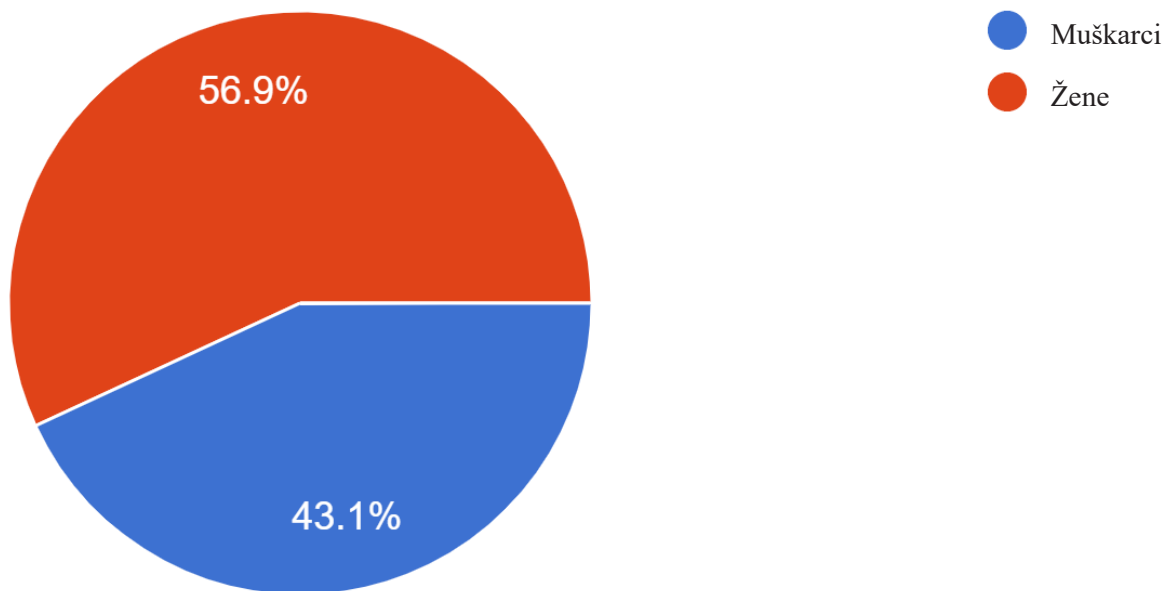
| Godine      | Žene | Muškarci |
|-------------|------|----------|
| Do 25       | 34   | 34       |
| Od 26 do 35 | 16   | 14       |
| Od 36 do 45 | 24   | 11       |
| Od 46 do 55 | 50   | 12       |
| Od 56 do 65 | 12   | 20       |
| Preko 65    | 3    | 2        |

Smatramo da odgovori 232 ispitanika mogu biti realan pokazatelj situacije u društvu i dati nam realan uvid u ponašanje japanske populacije. Svakako, mišljenja smo da bi analiza odgovora više hiljada ljudi svakako dala tačniju sliku o vezi enryo i neverbalne komunikacije u japanskom društvu, ali takva analiza prevazilazi okvire ovog istraživanja.

Kako smo u istraživanju nastojali da utvrdimo da li su i u kojoj meri izražene razike između muškaraca i žena, kao i različitih starosnih doba, kada je reč o enryo u neverbalnoj komunikaciji, nastojali smo da prikupimo odgovore oba pola i svih starosnih grupa. Doduše, moramo napomenuti da su postojale izvesne poteškoće u pronalaženju ispitanika preko 65 godina. S obzirom na mali broj ispitanika u ovoj starosnoj grupi, odgovori su analizirani sa izvesnom rezervom i ne mogu se smatrati adekvatnim pokazateljem stavova i ponašanja čitavog društva, iako su svakako uzeti u obzir u našoj analizi.



Grafikon 1. Godine ispitanika



Grafikon 2. Pol ispitanika

### 4.3.2. PRIDEVI KOJI OPISUJU DOBRU OSOBU

Treće pitanje u anketi bilo je: **Navedite pet prideva koji opisuju dobru osobu.** Ovim pitanjem želeli smo da utvrdimo sistem vrednosti ispitanika, ono što oni smatraju poželjnim kako kod sebe, tako i kod drugih. Nije bilo ponuđenih odgovora, niti bilo kakvih sugestija, jer nismo želeli ni na koji način da sugerišemo koji je pravi odgovor. Zanimalo nas je šta je to što se smatra najbitnijim kod “dobre osobe” - da li je bitna iskrenost, pažnja, vedrina ili neke druge osobine. Kako su već naveli neki istraživači (Travis, 1992, Wierzbicka, 1997) Japanci visoko vrednuju vrednosti kao što je *omoiyari*<sup>106</sup>. Zanimalo nas je koliko često će se pojavljivati pridevi koji se odnose na ukazivanje pažnje i brigu o drugoj osobi, kao i koliko će se često javiti pridevi koji se odnose na otvorenost i iskrenost. Takođe nas je interesovalo da li će biti veze između navedenih prideva i enryo u neverbalnoj komunikaciji ispitanika.

Trevis je još 1992. sprovedla anketu među govornim predstavnicima japanskog i engleskog jezika u Australiji. Na pitanje koje lične karakteristike najviše cene kod druge osobe, govorni predstavnici engleskog jezika su najčešće navodili sledeće odgovore: honest (70%), intelligent (50%), kind (20%). Sa druge strane, govorni predstavnici japanskog su dali sledeće odgovore: yasashii (77%) akarui (68%), omoi-yari (58%).

Naše pitanje bilo je formulisano nešto drugačije, ali ima dosta zajedničkog sa idejom Trevisove. Naime, zanimalo nas je koji pridevi, po mišljenju Japanaca, najbolje opisuju dobru osobu. Naša polazna hipoteza bila je da će najčešće navođeni pridevi imati važnu ulogu u ponašanju Japanaca. Smatramo da, iako naše istraživanje ima sličnosti sa istraživanjem Trevisove, postoji i nekoliko bitnih razlika. Pre svega, ispitivali smo samo govorne predstavnike japanskog, ali ne i engleskog jezika. Naravno, nije zanemarljiv podatak da je naše istraživanje sprovedeno u Japanu, a istraživanje Trevisove u Australiji (iako su učesnici bili govorni predstavnici japanskog jezika). Pored toga, tražili smo da ispitanici navedu ne karakteristike dobre osobe, već *prideve* koji karakterišu dobru osobu. Međutim, smatramo da se po rezultatima naše ankete ipak može zaključiti koliko se način razmišljanja Japanaca promenio u odnosu na 1992. godinu. Kako smo, za razliku od Trevisove, tražili da ispitanici navedu prideve, sam taj zahtev doneo je neke zanimljive rezultate, o čemu će biti više reči u nastavku rada. Takođe, smatramo da svakako postoje razlike u načinu razmišljanja Japanaca u Australiji i onih u Japanu, kao i da 232 ispitanika nisu apsolutni pokazatelj čitavog društva. Ipak, neosporno je da se u odgovorima naših ispitanika mogu zabeležiti neke opšte crte, koje svakako nisu zanemarljive kao indikator izvesnih tendencija u društvu. Da pogledamo sada pregled odgovora naših ispitanika.

Iako nisu svi ispitanici naveli svih pet prideva, najveći deo je naveo bar tri. Procenat onih koji nisu naveli nijedan pridev je zanemarljivo mali (svega 1.3%). Redosled prideva nije uzet u obzir i zanimala nas je pre svega učestalost po kojoj se pridevi pojavljuju. Napomenuli bismo da su, zbog prirode japanskog jezika u kom je to moguće, isti pridevi pisani na različite načine: tako su kod nekih ispitanika pisani hiraganom<sup>107</sup>, a kod drugih ideogramima, pri čemu se u nekim slučajevima javljaju različiti ideogrami za isti pridev<sup>108</sup>. To je donekle otežalo analizu. Stoga smo, za potrebe pisanja ovog rada, odlučili da niveliramo odgovore i da koristimo englesku transkripciju, odnosno *romaji*, koja čini rezultate dostupnim i onima koji ne govore japanski jezik.

---

<sup>106</sup> sposobnost naslućivanja šta druga osoba oseća i želi i ugađanje njenim potrebama bez reči (M.M.); obzir (Vukelić).

<sup>107</sup> jedno od dva slogovna pisma u japanskom jeziku

<sup>108</sup> *yasashii* se pojavljuje u varijantama: 優しい、やさしい ; *akarui* se pojavljuje kao: 明るい、あかるい; *ataakai* se pojavljuje u varijantama: 温かい、暖かい、あたたかい; i sl.

Tabela 2.

|           |        |
|-----------|--------|
| Yasashii  | 80.60% |
| Shinsetsu | 25%    |
| Omoiyari  | 21.98% |
| Akarui    | 19.40% |
| Seijitsu  | 12.5%  |
| Majime    | 10.78% |
| Shoujiki  | 9.48%  |
| Tanoshii  | 9.48%  |
| Atatakai  | 9.48%  |
| Omoshiroi | 6.90%  |

Ubedljivo najčešće navođeni pridevi je *yasashii*<sup>109</sup> (čak 80.60%). Napomenuli bismo ne samo da je vrlo visok procenat ispitanika naveo ovaj pridev, već i da je on dominantan u svim grupama. Ovaj podatak, kao i sam procenat pojavljivanja ovog prideva, ima dosta sličnosti sa istraživanjem Trevisove i govori o tome koliko je briga o drugome važna u japanskoj kulturi. Međutim, kada je reč o drugim pridevima, situacija je nešto drugačija.

Sledeći po brojnosti je pridev *shinsetsu*, za koji bismo rekli da je po značenju vrlo blizak pridevu *yasashii*. Ovaj pridev je daleko manje popularan i navelo ga je 25% ispitanika. Takođe je prisutan u svim grupama, ali njegov procenat varira.

Primetno je da, dok je u istraživanju sprovedenom devedesetih godina visok procenat govornih predstavnika engleskog jezika navodio prideve koji se odnose na iskrenost i inteligenciju (*honest* 70%, *intelligent* 50%), kod govornih predstavnika japanskog jezika pridevi koji oličavaju ove osobine nisu igrali veliku ulogu. Ne može se reći da je u našem istraživanju situacija drugačija, jer se *seijitsu* pojavljuje kod svega 12.5%, a *shoujiki* kod 9.48% ispitanika. *Atatakai* se pojavio na listi 9.48% ispitanika. Pridev *majime*, koji oličava ozbiljnost, pojavljuje se kod 10.78% ispitanika. O ostalim, nešto ređe navođenim pridevima, biće reči u analizi odgovora svake pojedinačne grupe.

Kao što se vidi, izuzev velikog pada popularnosti prideva *akarui*, više od dvadeset godina kasnije, ponovo je potvrđeno da Japanci obzir prema drugome, pažnju i sl. smatraju veoma važnim kod drugih osoba. Sa druge strane, pridev *shoujiki*<sup>110</sup> je navelo 9.48% ispitanika, a *seijitsu* 12.5%, što ukazuje na to da iskrenost i dalje nije prioritet u japanskom društvu.

Da pogledamo sada kako izgledaju odgovori naših ispitanika u različitim starosnim grupama.

---

<sup>109</sup> *nežan, pažljiv* (M.M)

<sup>110</sup> *iskren* (prevod M.M.)



## GRUPA DO 25 GODINA

Grupu do 25 godina činilo je 68 ispitanika (34 žene i 34 muškarca), odnosno 29.3%. Donja starosna granica za učešće u anketi bila je 18 godina. Ova grupa je svakako veoma bitna, jer pokazuje ponašanje mlade generacije, kao i tendencije u kome će se kretati japansko društvo u budućnosti. Stoga smo se trudili da ispitamo što veći broj ljudi i možemo reći da je relativno veliki broj mladih Japanaca učestvovao u anketi.

Kada pogledamo njihove odgovore, najčešće navođen pridev je *yasashii*, koji je naveden kod 88.24% muškaraca i 73.53% žena. Tu je i pridev *akarui* koji se javlja kod 35.29% i 11.76% muškaraca. *Shinsetsu* je još jedan pridev koji se češće javljao kod žena (23.53% žena naspram 17.65% muškaraca), a naveli bismo i imenicu *omoiyari* koja se pojavila u odgovorima 20.59% žena i svega 5.88% muškaraca. S obzirom na ove podatke, primećujemo ne samo da se pridev *yasashii* javlja češće kod žena, već da se to može reći i za prideve *shinsetsu* i *akarui* (a i imenicu *omoiyari*) koji odražavaju nežnost, veselost, brigu prema drugima. Pored toga, kako *omoiyari* nije pridev već imenica, a pojavljuje se kod 20.59% žena i 5.88% muškaraca smatramo da je broj ispitanica koje su se odlučile za ovaj odgovor veoma visok. Pridev *seijitsu* je takođe prisutniji kod žena i pokazuje da je iskrenost češće prioritet žena nego muškaraca.

Dok je *akarui* često navođen kod žena (35.52% naspram 11.76% muškaraca), pridevi koji oličavaju veselu, zabavnu osobu *omoshiroi* i *tanoshii* su češći kod muškaraca (oba prideva javljaju se kod 17.65% muškaraca, ali mnogo ređe kod žena (11.76%, odnosno 5.88%). Dok je *akarui* bio vrlo često navođen kod ispitanika Trevisove, kod nas se primećuje pad njegove popularnosti. Sa druge strane, pomalo neočekivano, pojavio se pridev *tanoshii*, koji je izražen u grupi muškaraca.

Bez obzira na razlike između ženske i muške grupe, s obzirom na visok procenat u kome se javljaju *yasashii*, *shinsetsu* i *omoiyari*, rekli bismo da se u ovoj grupi pažnja i briga prema drugima smatra ključnim kod dobre osobe.

Kada je reč o pridevima koji odražavaju iskrenost, čestitost i ozbiljnost, pojavljuju se pridevi *seijitsu* i *majime*, ali ne u tako značajnom procentu: oba prideva su navedena kod svega 11.76% žena i 2.94% muškaraca. *Sunao* i *shinrai* su se pojavili samo u ženskoj grupi, doduše oba prideva se javljaju kod svega 5.88%. Sa druge strane, muškarci navode prideve koji se odnose na inteligenciju kao što su *kashikoi* (17.65% muškaraca naspram 0% žena), *atama ii* (2.94% muškaraca i 0% žena), *shakkouteki* 5.88% i *shiryobukai* (11.26% muškaraca i 5.88% žena)

Kao kuriozitet bismo naveli da su neki ispitanici navodili i prideve kao što su *kawaii* i *kakko ii*, ali u zanemarljivo malom procentu. Ipak, smatramo da je vrlo neobično da se ovi pridevi pojave u svojstvu karakteristika dobre osobe.

Prisutni su i pridevi koji se odnose na učtivost i manire. *Reigi tadashii* je nešto zastupljeniji kod muških ispitanika (5.88% muškaraca naspram 2.94% žena), a *teinei* je prisutan isključivo kod žena i to u 11.76%. Kao što se vidi, ženska populacija je ovim pridevima dala unekoliko veći značaj. Takođe, pridevi koji se odnose na poniznost i skromnost su dominantniji u ženskoj grupi, ali razlika nije tako izražena. Tako se *kenkyo* javlja kod 11.76% žena i 8.82% muškaraca, a *okuyukashii* kod 5.88% žena i 2.94% muškaraca. Stoga je izvesno da su ove osobine poželjne u japanskom društvu. Takođe bismo napomenuli da se, kao i *yasashii* i *omoiyari*, i pridevi vezani za učtivost i poniznost mogu vezati za *enryo*.

Sa druge strane, pridevi *kibishii* i *tsuyoi* se češće javljaju kod muškaraca, što nas navodi na zaključak da se od žena često očekuje da budu skromne, tihe i ponizne, a od muškaraca da budu snažni i autoritativni.

S obzirom na sve navedeno, može se zaključiti da su naši najmlađi ispitanici često navodili prideve koji se odnose na brigu o drugome, pažnju, poniznost i skromnost i indirektno se mogu povezati sa enryo. Ovo je naročito karakteristično za žensku grupu, u kojoj su se relativno retko javljali pridevi poput omoshiroi ili tanoshii, za koje se može reći da čak podrazumevaju odsustvo enryo.

Dodali bismo da su odgovori muškaraca nesumnjivo raznovrsniji, tako da je broj navedenih prideva veći. Kada imamo u vidu procenat ispitanika kod kojih se pojavio svaki pojedinačni pridev, naša tabela izgleda ovako:

Tabela 3.

| Pridev     | Žene   | Muškarci |
|------------|--------|----------|
| Yasashii   | 88.24% | 73.53%   |
| Akarui     | 35.29% | 11.76%   |
| Shinsetsu  | 23.53% | 17.65%   |
| Omoiyari   | 20.59% | 5.88%    |
| Omoshiroi  | 11.76% | 17.65%   |
| Ki ga kiku | 14.70% | 5.88%    |
| Suteki     | 11.76% | 8.82%    |
| Seijitsu   | 11.76% | 2.94%    |
| Kenkyo     | 11.76% | 8.82%    |
| Majime     | 11.76% | 2.94%    |
| Teinei     | 11.76% |          |
| Odayaka    | 11.76% |          |
| Shoujiki   | 8.82%  | 8.82%    |
| Atatakai   | 8.82%  | 5.88%    |
| Tanomoshii | 8.82%  | 11.76%   |
| Tanoshii   | 5.88%  | 17.65%   |

|                     |       |        |
|---------------------|-------|--------|
| Shiryobukai         | 5.88% | 11.76% |
| Kakko ii            | 2.94% | 11.76% |
| Kawaii              | 5.88% | 2.94%  |
| Reigi tadashii      | 2.94% | 5.88%  |
| Kirei               | 2.94% | 5.88%  |
| Kisaku              | 5.88% | 2.94%  |
| Sekininkan          | 5.88% | 2.94%  |
| Otonashii           | 8.82% |        |
| Genki               | 2.94% | 2.94%  |
| Waruguchi wo iwanai | 2.94% | 2.94%  |
| Okuyukashii         | 5.88% | 2.94%  |
| Tsuyoi              | 2.94% | 5.88%  |
| Jhibukai            | 2.94% | 2.94%  |
| Yoi                 | 2.94% | 2.94%  |
| Sukareru            | 2.94% | 2.94%  |
| Ooraka              | 5.88% | 2.94%  |
| Takumashii          | 2.94% | 5.88%  |
| Kashikoi            |       | 17.65% |
| Onkouna             |       | 8.82%  |
| Sugoi               |       | 8.82%  |
| Subarashii          |       | 8.82%  |
| Yawarakai           |       | 5.88%  |
| Shakkouteki         |       | 5.88%  |

|                 |       |       |
|-----------------|-------|-------|
| Hogaraka        | 5.88% |       |
| Kokoro ga hiroi | 5.88% |       |
| Sunao           | 5.88% |       |
| Shinrai         | 5.88% |       |
| Hitonatsukoi    | 2.94% | 2.94% |
| Aikyourashii    |       | 2.94% |
| Makishimibukai  |       | 2.94% |
| Uraomote ga nai |       | 2.94% |
| Kenshinteki     |       | 2.94% |
| Mendoumi ga ii  |       | 2.94% |
| Homeru          |       | 2.94% |
| Isagiyo         |       | 2.94% |
| Uso wo tsukanai |       | 2.94% |
| Atama ii        |       | 2.94% |
| Erai            |       | 2.94% |
| Youki           |       | 2.94% |
| Kokoroyoi       |       | 2.94% |
| Kanji ga ii     |       | 2.94% |
| Hanashi wo kiku |       | 2.94% |
| Kibishii        |       | 2.94% |
| Egao            |       | 2.94% |
| Kimae ii        |       | 2.94% |
| Marui           | 2.94% |       |

|                 |        |        |
|-----------------|--------|--------|
| Byoudouna       | 2.94%  |        |
| Kikubari        | 2.94%  |        |
| Shiya ga hiroi  | 2.94%  |        |
| Tsutsumashii    | 2.94%  |        |
| Juunan          | 2.94%  |        |
| Girigatai       | 2.94%  |        |
| Seigikan ga aru | 2.94%  |        |
| Kichigai        | 2.94%  |        |
| Ohitoyoshi      | 2.94%  |        |
| Shinshiteki     | 2.94%  |        |
| Ostali          | 41.18% | 64.71% |

#### GRUPA OD 26 DO 35 GODINA

U grupi od 26 do 35 godina starosti učestvovalo je 30 ispitanika, što čini 12.9% od ukupnog broja. Iako ispitanici u ovoj grupi nisu tako mnogobrojni, primećuje se raznovrsnost u odgovorima. Iako je pridev *yasashii* naveden kod 78.57% muškaraca i 82.35% žena, ipak se primećuje da je nešto manje navođen nego u prethodnoj grupi. Takođe, ovaj pridev je prisutniji kod muškaraca nego kod žena, iako razlika nije drastična.

Pridev *shinsetsu* je drugi po učestalosti i naveden je kod 21.43% žena i 35.29% muškaraca. Ovaj pridev je u ovoj starosnoj grupi navođen češće nego u drugim grupama, a primećujemo da je i ovaj pridev zastupljeniji kod muške populacije. Takođe, po značenju *shinsetsu* nije daleko od *yasashii*, tako da to donekle kompenzuje za nešto manju zastupljenost *yasashii* u ovoj grupi ispitanika. Naredni pridev, *akarui*, mnogo je prisutniji kod ženske populacije i naveden je kod 28.57% žena i 17.65% muškaraca. Imenica *omoiyari* se ponovo javlja kod 14.29% ženskih i 11.76% muških ispitanika. Za razliku od situacije u prethodnoj grupi, pridev *tanoshii* je češće navođen kod žena i javlja se kod 21.43% žena i 17.65% muškaraca. Tu je i pridev *omoshiroi*, koji je naveden kod 17.65% muškaraca.

Kichigai se javlja kod 21.43% žena i 11.76% muškaraca, dok je *shinshiteki* prisutan kod 21.43% žena i 5.88% muškaraca. Interesantno je da su u ovoj grupi pridevi *tsuyoi* i *kibishii* prisutniji kod žena. Naime, *tsuyoi* se javlja kod 14.29% žena i 11.76% muškaraca, a *kibishii* kod 14.29% žena i 5.88% muškaraca. *Atataikai* je takođe prisutniji kod žena (14.29% naspram 11.76%). Takođe, pridev *yuuki*, koji se dovodi u vezu sa hrabrošću, prisutan je kod 7.14% žena. Primećujemo da značajan procenat žena u ovoj grupi navodi prideve koji se mogu vezati za tradicionalno muške osobine kao što su hrabrost, snaga i strogost, kao i da su žene u ovoj grupi manje navodile prideve *yasashii* i *shinsetsu* nego muškarci, na osnovu čega se može očekivati manje prisustvo *enryo* u njihovom ponašanju.

Pridev *shoujiki*, koji odražava iskrenost, zastupljen je u 14.29% kod ženske populacije, što je relativno visok procenat u odnosu na ostale grupe. Seijitsu je prisutan kod 7.14% žena i 5.88% muškaraca, a sunao kod 5.88% muškaraca, što ukazuje na to da se u ovoj grupi iskrenost nešto više ceni nego što je to slučaj kod Trevisove.

Pridevi koji se odnose na skromnost su ponovo prisutni, ali samo u muškoj grupi, gde je 5.88% ispitanika navelo pridev *kanyo*.

Pridevi koji se odnose na inteligenciju i promućurnost opet su zastupljeniji kod muškaraca. Tako se *shiryobukai* javlja kod 11.76% ispitanika u muškoj grupi, a *atama ii* kod 5.88% muškaraca. Pridevi *tadashii* i *kakko ii* takođe se javljaju samo kod muškaraca, i to u 11.76%. Pridev *kawaii* se ponovo javlja kod 5.88% ispitanika u muškoj grupi. Ovo se donekle može objasniti popularnošću ovog prideva. Međutim, budući da on ne opisuje karakter, nećemo dublje analizirati njegovo prisustvo.

Sudeći po ovim rezultatima, možemo primetiti da su u ovoj grupi pridevi bliski *enryo* nešto manje zastupljeni. Takođe, za razliku od prethodne grupe, primećujemo da je prisustvo prideva kao što su *tanoshii*, *omoshiroi* (koji se mogu vezati za zabavnu, veselu osobu) kao i *tsuyoi* i *kibishii* (koji su vezani za strogost i autoritet), ali i *yuuki* (hrabrost) nešto izraženije kod ženske populacije. Takođe, muškarci su češće navodili prideve koji opisuju inteligenciju nego što su to činile žene.

Tabela sa svim odgovorima naših ispitanika izgleda ovako:

Tabela 4.

| Pridev      | Žene   | Muškarci |
|-------------|--------|----------|
| Yasashii    | 78.57% | 82.35%   |
| Shinsetsu   | 21.43% | 35.29%   |
| Akarui      | 28.57% | 17.65%   |
| Omoiyari    | 14.29% | 11.76%   |
| Tanoshii    | 21.43% | 17.65%   |
| Kichigai    | 21.43% | 11.76%   |
| Shinshiteki | 21.43% | 5.88%    |
| Tsuyoi      | 14.29% | 11.76%   |
| Kibishii    | 14.29% | 5.88%    |
| Atatakai    | 14.29% | 11.76%   |

|                 |         |        |
|-----------------|---------|--------|
| Subarashii      | 14.29%  | 5.88%  |
| Omoshiro        |         | 17.65% |
| Ooraka          | 7.14%   | 11.76% |
| Yoi             |         | 17.65% |
| Suteki          | 14.29%  |        |
| Shoujiki        | 14.29 % |        |
| Odayaka         | 7.14%   | 5.88%  |
| Ki ga kiku      | 7.14%   | 5.88%  |
| Tanomoshii      | 7.14%   | 5.88%  |
| Seijitsu        | 7.14%   | 5.88%  |
| Majime          | 7.14%   | 5.88%  |
| Tsutsumashii    | 7.14%   | 5.88%  |
| Shiryobukai     |         | 11.76% |
| Seiketsu        |         | 11.76% |
| Kakko ii        |         | 11.76% |
| Tadashii        |         | 11.76% |
| Kokoro ga hiroi | 7.14%   |        |
| Erai            | 7.14%   |        |
| Baka ni shinai  | 7.14%   |        |
| Kokoro ga kirei | 7.14%   |        |
| Yuuki           | 7.14%   |        |

|                 |       |       |
|-----------------|-------|-------|
| Egao            | 7.14% |       |
| Gaman           | 7.14% |       |
| Juunan          | 7.14% |       |
| Houryouryoku    | 7.14% |       |
| Takumashii      | 7.14% |       |
| Ryoushinteki    | 7.14% |       |
| Seigikan ga aru | 7.14% |       |
| Tayori ni naru  |       | 5.88% |
| Okuyukashii     |       | 5.88% |
| Kirei           |       | 5.88% |
| Reigi tadashii  |       | 5.88% |
| Teinei          |       | 5.88% |
| Sunao           |       | 5.88% |
| Atama ii        |       | 5.88% |
| Kanyo           |       | 5.88% |
| Jicchoku        |       | 5.88% |
| Aikyourashii    |       | 5.88% |
| Ochitsuita      |       | 5.88% |
| Kawaii          |       | 5.88% |
| Sekininkan      |       | 5.88% |
| Rikai ga aru    |       | 5.88% |



|           |        |        |
|-----------|--------|--------|
| Hikaeme   |        | 5.88%  |
| Yawarakai |        | 5.88%  |
| Kimae ii  |        | 5.88%  |
| Ostali    | 14.29% | 52.94% |

#### GRUPA OD 36 DO 45 GODINA

Da pogledamo situaciju u grupi od 36 do 45 godina. Ovu grupu je činilo 35 ispitanika, odnosno 15.1% svih učesnika ankete.

Kao i u prethodnim grupama, *yasashii* je na prvom mestu, i to kod čak 90.90% žena i u nešto manjem procentu kod muškaraca - 83.33%. Pridev *shinsetsu* se javlja kod čak 45.45% žena i svega 12.5% muškaraca. Napomenuli bismo da su oba ova prideva, koja su srodna po značenju, češće navođena u ženskoj grupi. Imenica *omoiyari* i ovoga puta se javlja u svojstvu prideva, i često je navođena - kod 27.27% žena i 20.83% muškaraca. Takođe se javlja *atatakai* kod 18.18% žena i 4.17% muškaraca. Na osnovu navedenog, zaključili bismo da su u ovoj grupi ispitanika pridevi koji karakterišu nežnost, pažnju i brigu o drugome dominantni u odnosu na ostale prideve, kao i da je njihov procenat viši u ženskoj grupi.

Kada je reč o ostalim često navođenim pridevima, *majime* je takođe prisutniji kod žena (27.27% žena u odnosu na 8.33% muškaraca). Isti je slučaj i sa *seijitsu* (27.27% žena i 8.33% muškaraca). 9.09% žena je navelo sintagmu *uso wo tsukanai*, koja je takođe bliska po značenju pridevu *seijitsu*. Tu je i *sunao* koji navodi 9.09% žena i 4.17% muškaraca. *Yakusoku wo mamoru* se takođe javlja kod 9.09% žena, a *teinei* kod 9.09% žena i 4.17% muškaraca. Dakle, ispitanici u ovoj starosnoj grupi (a naročito žene) su se često odlučivali za prideve koji se odnose na ozbiljnost, iskrenost, odanost, ali i učtivost. Rekli bismo i da je pridev *seijitsu* navođen u visokom procentu u odnosu na ostale grupe. Takođe, kod 18% žena navedeni su i *odayaka* i *sappari shiteru*.

Sa druge strane, pridev *akarui* je prisutan kod 9.09% žena i 4.17% muškaraca. Ovo ne samo da je daleko niži procenat nego u istraživanju Trevisove, već i nego u svim ostalim grupama. Rezultati pokazuju da je u ovoj grupi osobinama kao što su ozbiljnost i odgovornost data prednost u odnosu na vedrinu i veselost.

Pridevi koji su češće navođeni kod muškaraca su opet oni koji odražavaju tipično muške osobine kao što su *shinshiteki* i *kakko ii* (8.33%), *isamashii* i *yuuki* koji odražavaju hrabrost (oba prideva pojavljuju se kod 4.17%) i snagu (*tsuyoi* 4.17%). Kod muškaraca se takođe javljaju pridevi vezani za skromnost *kansha* i *kenkyo*), kao i *reigi tadashii* (4.17%) koji se odnosi na manire.

Primetno je da su u ovoj grupi žene davale heterogenije odgovore, a svi muškarci su navodili jedinstvene prideve (svih 100% ispitanika). Takođe, i ovde primećujemo da je briga o drugima (*yasashii*, *shinsetsu*, *omoiyari*) poželjnija osobina nego iskrenost (*seijitsu*) ili ozbiljnost (*majime*), što je unekoliko više izraženo kod žena nego kod muškaraca. U kasnijoj analizianaliziraćemo vezu ovih osobina sa *enryo*. Pored toga, naveli bismo da nijedan ispitanik u ovoj grupi nije naveo pridev *tanoshii* i *omoshiroi*.

Ovako izgleda tabela sa svim odgovorima naših ispitanika.

Tabela 5.

| Pridev           | Žene   | Muškarci |
|------------------|--------|----------|
| Yasashii         | 90.90% | 83.33%   |
| Shinsetsu        | 45.45% | 12.5%    |
| Omoiyari         | 27.27% | 20.83%   |
| Seijitsu         | 27.27% | 8.33%    |
| Majime           | 27.27% | 8.33%    |
| Atatakai         | 18.18% | 4.17%    |
| Odayaka          | 18.18% |          |
| Sappari shiteiru | 18.18% |          |
| Tanomoshii       | 9.09%  | 8.33%    |
| Egao             | 9.09%  | 4.17%    |
| Shoujiki         | 9.09%  | 4.17%    |
| Kibishii         | 9.09%  | 4.17%    |
| Sunao            | 9.09%  | 4.17%    |
| Akarui           | 9.09%  | 4.17%    |
| Subarashii       | 9.09%  | 4.17%    |
| Teinei           | 9.09%  | 4.17%    |
| Kandai           | 9.09%  | 4.17%    |
| Kichigai         | 9.09%  | 4.17%    |
| Suteki           |        | 12.5%    |
| Yoi              |        | 12.5%    |
| Hiroi            | 9.09%  |          |

|                    |       |       |
|--------------------|-------|-------|
| Hogaraka           | 9.09% |       |
| Ooraka             | 9.09% |       |
| Seigikan ga aru    | 9.09% |       |
| Tsutsumashii       | 9.09% |       |
| Nikoyaka           | 9.09% |       |
| Yakusoku wo mamoru | 9.09% |       |
| Kokoro ga hiroi    | 9.09% |       |
| Uso wo tsukanai    | 9.09% |       |
| Kirei              |       | 8.33% |
| Kikubari           |       | 8.33% |
| Shinshiteki        |       | 8.33% |
| Kakko ii           |       | 8.33% |
| Ki ga kiku         |       | 4.17% |
| Otonashii          |       | 4.17% |
| Tsuyoi             |       | 4.17% |
| Kimae ii           |       | 4.17% |
| Kenkyo             |       | 4.17% |
| Yuuki              |       | 4.17% |
| Mendoumi ga ii     |       | 4.17% |
| Takumashii         |       | 4.17% |
| Isamashii          |       | 4.17% |
| Kidzukai           |       | 4.17% |
| Kansha             |       | 4.17% |

|                |        |       |
|----------------|--------|-------|
| Sugoi          |        | 4.17% |
| Dougishin      |        | 4.17% |
| Kashikoi       |        | 4.17% |
| Shiryobukai    |        | 4.17% |
| Utsukushii     |        | 4.17% |
| Kanji ga ii    |        | 4.17% |
| Makishimibukai |        | 4.17% |
| Reigi tadashii |        | 4.17% |
| Ohitoyoshi     |        | 4.17% |
| Ostali         | 27.27% | 100%  |

#### GRUPA OD 46 DO 55 GODINA

Ovo je grupa gde je broj ženskih ispitanika bio daleko veći od broja muških ispitanika. Ipak, bez ozira na ovu činjenicu, analizirali smo njihove odgovore prema procentu u kome se javljaju. Da pogledamo kakve su odgovore dali naši ispitanici.

U ovoj grupi ispitanika pridev *yasashi* je ponovo ubedljivo najzastupljeniji. Ovaj pridev je dominantniji kod žena (86%) nego kod muškaraca (63.64%). Sledeća po zastupljenosti je imenica *omoiyari*, koja je navedena kod 30% žena i 27.27% muškaraca. Ovo je veoma visok procenat, naročito kada imamo u vidu da uopšte nije pridev. Očigledno je da su, kada govorimo o karakteru dobre osobe, u ovoj grupi prioriteta pažnja, obzir i nežnost prema drugoj osobi.

Kada je reč o pridevima koji se odnose na iskrenost, *shoujiki* se javlja kod 8% žena i 9.09% muškaraca. *Seijitsu* se javlja kod 14% žena i 9.09% muškaraca. *Sunao* je navelo 4% žena i 9.09% muškaraca. 9.09% muškaraca je takođe navelo pridev *jicchoku*. Navedena je i sintagma *uraomote ga nai*, i to kod 2% žena i 9.09% muškaraca. Rekli bismo da procenat u kome se javljaju pridevi koji oličavaju iskrenost nije tako visok. Sa druge strane, kod muškaraca se pojavila sintagma *sukikirai wo dasanai* (9%), koja podrazumeva izvesnu količinu *enryo*.

Pridev *akarui* zastupljen je kod 16% žena i 18.18%. Iako njegovo prisustvo nije zanemarljivo, rekli bismo da nije ni izbliza toliko često navođen kao u istraživanju Trevisove. Takođe, pojavljuje se i pridev *atatakai*, ali je prisutan samo kod žena (12%).

Kada govorimo o pridevima koji ukazuju na snagu (ili muževnost), *tsuyoi* je je zastupljen u sličnom procentu kod oba pola, 8% kod žena i 9.09% kod muškaraca. *Kibishii* se javlja kod svega 2% muškaraca,

I u ovoj grupi se pojavljuju i neki pridevi koji ukazuju na inteligenciju, ali oni nisu dominantni. *Kashikoi* je zastupljen u sličnom procentu kod oba pola ali je nešto izraženiji kod

muškaraca (9.09% naspram 6%). Shiryobukai je daleko ređi nego u prethodnim grupama i javlja se samo kod 2% žena, dok se *atama ii* ne pojavljuje u ovoj grupi. Stoga smatramo da većina ispitanika u ovoj grupi ne smatra da u opisu dobre osobe nužno stoje visoke intelektualne sposobnosti.

Kada je reč o pridevima koji ukazuju na zabavnu osobu, *omoshiroi* je naveden kod 9.09% muškaraca, a *tanoshii* kod 10% žena.

U relativno niskom procentu zastupljeni su pridevi koji ukazuju na poniznost, skromnost, ispravnost i ućtivost. Najzastupljeniji je *kenkyo* sa 12% u ženskoj grupi. Pridev *tadashii* se javlja samo kod 2% žena, kao i *kenson* i *teinei*.

Naveli bismo da se javlja i pridev *subarashii* (8% žena i 9.09% muškaraca). Međutim, budući da ne oslikava karakter, nećemo ulaziti u analizu veze sistema vrednosti i ovog prideva.

Ovako izgleda tabela sa svim odgovorima naših ispitanika.

Tabela 6.

| Pridev     | Žene | Muškarci |
|------------|------|----------|
| Yasashii   | 86%  | 63.64%   |
| Omoiyari   | 30%  | 27.27%   |
| Shinsetsu  | 28%  | 9.09%    |
| Akarui     | 16%  | 18.18%   |
| Majime     | 18%  | 9.09%    |
| Seijitsu   | 14%  | 9.09%    |
| Kichigai   | 4%   | 18.18%   |
| Odayaka    | 18%  |          |
| Shoujiki   | 8%   | 9.09%    |
| Tsuyoi     | 8%   | 9.09%    |
| Subarashii | 8%   | 9.09%    |
| Kashikoi   | 6%   | 9.09%    |
| Kanyo      | 6%   | 9.09%    |

|                       |     |       |
|-----------------------|-----|-------|
| Suteki                | 4%  | 9.09% |
| Mendoumi ga ii        | 4%  | 9.09% |
| Sunao                 | 4%  | 9.09% |
| Kenkyo                | 12% |       |
| Atatakai              | 12% |       |
| Makishimibukai        | 2%  | 9.09% |
| Kikubari              | 2%  | 9.09% |
| Uraomote ga nai       | 2%  | 9.09% |
| Rikai ga aru          | 2%  | 9.09% |
| Houryouryoku          | 2%  | 9.09% |
| Ooraka                | 2%  | 9.09% |
| Okoranai              | 2%  | 9.09% |
| Tanoshii              | 10% |       |
| Omoshiroi             |     | 9.09% |
| Suki kirai wo dasanai |     | 9.09% |
| Egao                  |     | 9.09% |
| Jicchoku              |     | 9.09% |
| Seiren                |     | 9.09% |
| Marui                 |     | 9.09% |
| Ochitsuita            |     | 9.09% |
| Hanashi wo kiku       | 6%  |       |

|                 |    |  |
|-----------------|----|--|
| Rippana         | 6% |  |
| Reigi tadasshii | 6% |  |
| Tanomoshii      | 6% |  |
| Hitamukini      | 6% |  |
| Ki ga kiku      | 4% |  |
| Kidzukai        | 4% |  |
| Hogaraka        | 4% |  |
| Onkouna         | 4% |  |
| Joushikiteki    | 4% |  |
| Shinrai         | 4% |  |
| Yoi             | 4% |  |
| Kokoro ga hiroi | 4% |  |
| Isagiyoi        | 2% |  |
| Tsutsumashii    | 2% |  |
| Takumashii      | 2% |  |
| Giri gatai      | 2% |  |
| Yawarakai       | 2% |  |
| Teinei          | 2% |  |
| Kokoro ga kirei | 2% |  |
| Kenson          | 2% |  |
| Utsukushii      | 2% |  |

|                 |     |        |
|-----------------|-----|--------|
| Kisaku          | 2%  |        |
| Gaman tsuyoi    | 2%  |        |
| Kenshinteki     | 2%  |        |
| Nikoyaka        | 2%  |        |
| Kirei           | 2%  |        |
| Otonashii       | 2%  |        |
| Sonkei dekiru   | 2%  |        |
| Byoudouna       | 2%  |        |
| Seigikan ga aru | 2%  |        |
| Okuyukashi      | 2%  |        |
| Sawayaka        | 2%  |        |
| Yoyuu ga aru    | 2%  |        |
| Homeru          | 2%  |        |
| Maemuki         | 2%  |        |
| Shiryobukai     | 2%  |        |
| Sugasugashii    | 2%  |        |
| Kichinto        | 2%  |        |
| Kibishii        | 2%  |        |
| Tadashii        | 2%  |        |
| Hiroi           | 2%  |        |
| Ostali          | 36% | 90.91% |



## GRUPA OD 56 DO 65 GODINA

U grupi od 56 do 65 godina bilo je 32 ispitanika (13.8%), i to 12 muškaraca i 20 žena. Kao što se vidi, u ženskoj grupi bilo je više ispitanika. Kod ispitanika ovog starosnog doba, razlike između muškaraca i žena bile su bitno izražene.

Pridev *yasashii* je ponovo na prvom mestu, ali je nešto manje zastupljen nego u mlađim grupama i zabeležen je kod 70% muškaraca i 58.33% žena, što je najniži procenat u čitavoj anketi. Pridev *shinsetsu*, koji je po značenju blizak pridevu *yasashii*, javlja se kod 35% žena i 33.33% muškaraca, što je dosta visok procenat u odnosu na ostale grupe. Kod žena, omoiari je navelo 50%, što je najviši procenat u čitavoj anketi, dok se u muškoj grupi za isti odgovor odlučilo svega 16.67%. Bez obzira na nešto niži procenat u kome je naveden pridev *yasashii*, i u ovoj grupi su dominantni pridevi koji se odnose na nežnost, pažnju i ljubaznost.

Pridevi koji se odnose na iskrenost javljaju se kod velikog broja, ispitanika u ovoj grupi, pre svega kod muškaraca. *Seijitsu* se javlja kod 15% žena i čak 41.67% muškaraca, a *shoujiki* kod 14% žena i 33.33% muškaraca. Pored ova dva često navođena prideva, prisutan je i pridev *sunao*, i to kod 10% žena i 8.33% muškaraca, a pridev *jicchoku*, koji nije tako popularan u ostalim grupama, javlja se kod čak 25% muškaraca. Sudeći po ovim rezultatima, iskrenost je među prioritetima kod muškaraca u ovoj grupi. Sa druge strane, žene ove starosne dobi nisu navodile ove prideve češće nego žene u drugim grupama.

Pridev *akarui* je navelo 30% žena i 16.67% muškaraca i rekli bismo da je relativno čest kod žena. Takođe, pridev *atataakai* se javlja kod 20% žena i 0% muškaraca. Ovi rezultati ukazuju na to da su vedrina i toplina bitnije ženama nego muškarcima.

Pridevi koji se odnose na veselost i zanimljivost takođe su češći kod žena. *Tanoshii* se javlja kod 10% žena i 8.33% muškaraca, a *omoshiroi* kod 5% žena.

Kada je reč o pridevima koji označavaju ozbiljnost i odgovornost, možemo reći da se češće javljaju kod muškaraca. Naime, majime je navelo 16.67% muškaraca i 5% žena, a *sekininkan* 8.33% muškaraca. Javlja se i pridev *tadashii* (25% muškaraca).

Pridevi koji se odnose na snagu nisu tako česti u ovoj grupi. Jedini pridev koji bismo izdvojili je *tsuyoi*, koji se javlja kod 8.33% muškaraca.

Prisutni su i pridevi koji se odnose na inteligenciju. *Shiryobukai* se javlja kod 5% žena i 8.33% muškaraca, a *atama ii* kod 5% žena. *Kashikoi* je navelo 8.33% muškaraca.

Kod žena se javljaju pridevi koji se odnose na fizički izgled, kao što su *kawaii* (10%) i *utsukushii* (5%).

Kao što se vidi, primetne su razlike između odgovora muškaraca i žena. Dok žene kao karakteristike dobre osobe vide nežnost, toplinu, ljubaznost i, u izvesnoj meri, veselost, muškarcima je bitnija iskrenost i pouzdanost. Dodali bismo da se pridev *seijitsu* ovde javlja u rekordno visokom procentu, kao i da *yasashii*, iako je i dalje češće navođen od drugih prideva, nije tako popularan kao u drugim grupama.

Ovako izgleda tabela sa svim odgovorima naših ispitanika.

Tabela 7.

| Pridev        | Žene | Muškarci |
|---------------|------|----------|
| Yasashii      | 70%  | 58.33%   |
| Omoiyari      | 50%  | 16.67%   |
| Shinsetsu     | 35%  | 33.33%   |
| Seijitsu      | 15%  | 41.67%   |
| Shoujiki      | 15%  | 33.33%   |
| Akarui        | 30%  | 16.67%   |
| Jicchoku      |      | 25%      |
| Sawayaka      |      | 25%      |
| Tadashii      |      | 25%      |
| Majime        | 5%   | 16.67%   |
| Daiji ni suru | 5%   | 8.33%    |
| Atatakai      | 20%  |          |
| Tanoshii      | 10%  | 8.33%    |
| Sunao         | 10%  | 8.33%    |
| Kanyo         | 5%   | 8.33%    |
| Shiryobukai   | 5%   | 8.33%    |
| Kawaii        | 10%  |          |
| Kikubari      | 10%  |          |
| Tanomoshii    | 10%  |          |
| Ninjofukai    | 10%  |          |

|                     |     |       |
|---------------------|-----|-------|
| Ohitoyoshi          | 10% |       |
| Sonkei dekiru       |     | 8.33% |
| Sekininkan          |     | 8.33% |
| Kashikoi            |     | 8.33% |
| Kisaku              |     | 8.33% |
| Kandai              |     | 8.33% |
| Kenshinteki         |     | 8.33% |
| Kimae ii            |     | 8.33% |
| Tsuyoi              |     | 8.33% |
| Takumashii          |     | 8.33% |
| Mendoumi ga ii      |     | 8.33% |
| Isagiyo             |     | 8.33% |
| Maemuki             | 5%  |       |
| Waruguchi wo iwanai | 5%  |       |
| Yoi                 | 5%  |       |
| Ryoushinteki        | 5%  |       |
| Okuyukashii         | 5%  |       |
| Kanji ga ii         | 5%  |       |
| Tayori ni naru      | 5%  |       |
| Hanashi wo kiku     | 5%  |       |
| Kenkyo              | 5%  |       |

|              |     |        |
|--------------|-----|--------|
| Atama ii     | 5%  |        |
| Yoyuu ga aru | 5%  |        |
| Ooraka       | 5%  |        |
| Odayaka      | 5%  |        |
| Teinei       | 5%  |        |
| Omoshiroi    | 5%  |        |
| Utsukushii   | 5%  |        |
| Hogaraka     | 5%  |        |
| Ostali       | 65% | 58.33% |

#### GRUPA PREKO 66 GODINA

Pre svega, napomenuli bismo da smo imali izvesnih poteškoća u odzivu ispitanika preko 66 godina. Gorpu je činilo svega 5 ispitanika, i to 3 muškarca i 2 žene. Doduše, moramo napomenuti da su ispitanici u ovoj grupi savesno odgovorili na anketu i da su svi naveli 5 prideva. Ukratko ćemo sumirati njihove odgovore, uz napomenu da bi veći odziv verovatno dao drugačije rezultate, te se ovi odgovori mogu uzeti uslovno, iako ima podudarnosti sa ostalim grupama.

U ovoj grupi ponovo se *yasashii* javlja u velikom broju. Zabeležen je kod svih ispitanika, kako muškog, tako i ženskog pola (100%). . Pridevi *shinsetsu* i *akarui* su prisutni u visokom procentu i pojavljuju se u odgovorima 50% žena i 33% muškaraca. *Omoiyari* se javlja samo kod muškaraca (33%), kao i *tanoshii* (33%). *Seijitsu*, *sekininkan*, *utsukushii* i *kokoroyoi* se javljaju samo kod žena (50%), kao i pridev *sugasugashii*, koji se sporadično pojavljuje u još nekim grupama. Pridevi *majime* i *ataakai* se ne pojavljuju u odgovorima pripadnika ove starosne grupe. Pridevi koji se javljaju samo kod muškaraca (33%) su *suteki*, *rippana*, *yakusoku wo mamoru*, *tanoshii*, *hanashi wo kiku*, *shiryobukai*, *kashikoi*, *suteki*, *omoshiroi* i *yoi*.

U obe grupe nailazimo prideve koji oličavaju blagost i vedrinu (*yasashii*, *akarui*), dok je pridev *seijitsu*, koji oličava iskrenost, prisutan samo kod žena. Kod muškaraca se javljaju izrazi *yakusoku wo mamoru*, *hanashi wo kiku*. Ove dve sintagme nisu pridevi, ali opisuju osobu koja održava obećanja i sluša sagovornika. Javlja se i imenica *omoiyari* (33%), koja se takođe odnosi na brigu o drugome, a tu je i pridev *shiryobukai* koji joj je po značenju blizak. Pridev *kashikoi* koji se odnosi na inteligenciju nalazimo samo kod muškaraca (33%). Takođe, pridevi *tanoshii* i *omoshiroi* koji oličavaju veselu, odnosno zabavnu osobu javljaju se samo u muškoj grupi. Pridev koji se odnosi na lepotu, *utsukushii*, nalazimo samo u ženskoj grupi (50%). Javljaju se i pridevi *suteki* i *yoi*. Međutim, kako ne smatramo da ovi pridevi opisuju karakter, nećemo ih dublje analizirati.

Iako zbog malog broja ispitanika ne možemo donositi definitivne zaključke, naši rezultati pokazuju da je u ovoj starosnoj grupi nežnost, pažnja i vedrina bitna kako ženama, tako i muškarcima. Takođe, žene su se češće odlučivale za prideve koji odražavaju iskrenost i odgovornost, dok je muškarcima bitna odanost, omoiari i inteligencija. Tabela sa odgovorima naših ispitanika izgleda ovako:

Tabela 8.

| Pridev             | Žene | Muškarci |
|--------------------|------|----------|
| Yasashii           | 100% | 100%     |
| Shinsetsu          | 50%  | 33.33%   |
| Akarui             | 50%  | 33.33%   |
| Seijitsu           | 50%  |          |
| Sekininkan         | 50%  |          |
| Utsukushii         | 50%  |          |
| Sugasugashii       | 50%  |          |
| Kokoroyoi          | 50%  |          |
| Suteki             |      | 33.33%   |
| Rippana            |      | 33.33%   |
| Yakusoku wo mamoru |      | 33.33%   |
| Omoiari            |      | 33.33%   |
| Tanoshii           |      | 33.33%   |
| Hanashi wo kiku    |      | 33.33%   |
| Shiryobukai        |      | 33.33%   |
| Kashikoi           |      | 33.33%   |
| Suteki             |      | 33.33%   |
| Omoshiroi          |      | 33.33%   |
| Yoi                |      | 33.33%   |
| Ostali             | 50%  |          |

## NALAZI

U našoj anketi ubedljivo najčešće navođen pridev je *yasashii* sa 80%, koji je naveden u svim starosnim grupama. Procenat u kome se javlja pridev *yasashii* varira od 100% kako muških, tako i ženskih ispitanika preko 66 godina i 90.90% kod žena do 45 godina pa do 58.33% kod muškaraca od 56 do 65 godina. Kao što se vidi iz ovih podataka, pridev *yasashii* je ubedljivo najdominantniji i preovlađuje u svim starosnim grupama. Ovi podaci imaju dosta sličnosti sa istraživanjem Trevisove i govore o tome koliko je briga o drugome važna u japanskoj kulturi. Međutim, kada je reč o drugim pridevima, situacija je nešto drugačija.

Sledeći po brojnosti je pridev *shinsetsu* (25%), za koji bismo rekli da je po značenju blizak pridevu *yasashii*. Međutim, ovaj pridev nije naveden u istraživanju Trevisove. Takođe, *shinsetsu* nije ni izdaleka tako popularan kao *yasashii* i, iako je prisutan u svim grupama, njegov procenat varira. Najčešće je navođen kod muškaraca preko 66 godina (50%) i žena od 36 do 45 godina (45%), a najređe kod muškaraca od 46 do 55 godina, gde njegov procenat iznosi 9.09%.

Na trećem mestu po brojnosti bio je odgovor *omoiyari* koji je, iako uopšte nije pridev, naveden kao karakteristika dobre osobe kod 21.98%% ispitanika, što svakako smatramo značajnim rezultatom. Baš kao *yasashii* i *shinsetsu*, *omoiyari* takođe podrazumeva potrebu brinemo o nekom i da se prema njemu lepo ophodimo. Štaviše, *omoiyari* podrazumeva oslušivanje potreba druge osobe i želju da se na njih odgovori. Stoga možemo zaključiti da su sve tri karakteristike koje su naši ispitanici naveli vezane za pažnju usmerenu ka drugoj osobi.

Zabeležili smo i jednu značajnu razliku u odnosu na ranije istraživanje. Naime, pridev *akarui*<sup>111</sup> je, iako je u istraživanju Trevisove bio vrlo često navođen (čak 68%), u našoj anketi nije ni izdaleka tako popularan i naveden je kod svega 19.40% ispitanika. To je ujedno i najveća razlika u odnosu na njeno istraživanje. Izuzev velikog pada popularnosti prideva *akarui* moramo reći da je, uprkos vremenskoj razlici, ponovo potvrđeno da Japanci obzir prema drugome, pažnju, a s tim i *omoiyari*, smatraju veoma važnim kod drugih osoba.

Primetno je da, dok je u istraživanju sprovedenom devedesetih godina visok procenat govornih predstavnika engleskog jezika navodio prideve koji se odnose na iskrenost i inteligenciju (honest 70%, intelligent 50%), kod govornih predstavnika japanskog jezika pridevi koji oličavaju ove osobine nisu igrali veliku ulogu. Ne može se reći da je u našem istraživanju situacija drugačija, jer se *seijitsu* pojavljuje kod svega 12.5%, a *shoujiki* kod 9.48% ispitanika. Atatakai se pojavio na listi 9.48% ispitanika. Pridev *majime*, koji oličava ozbiljnost, pojavljuje se kod 10.78% ispitanika.

Dok je u istraživanju Trevisove iz 1992. godine *yasashii* naveden kod 78% ispitanika, u našem istraživanju je ovaj pridev 93%. Kod Trevisove je *omoiyari* navelo 58% ispitanika. Međutim, budući da *omoiyari* uopšte nije pridev, nismo očekivali da se pojavi u našem istraživanju. Sa druge strane, budući da je *omoiyari* često navođen kod Trevisove, neosporno je da je ova osobina izuzetno poželjna u japanskom društvu, i kao takva neodvojiva od karakteristika dobre osobe. Kako se u našem istraživanju ova reč vrlo često javljala, iako nije pridev, zaključili bismo da je *omoiyari* i dalje ima veoma važno mesto u sistemu vrednosti Japanaca.

Upoređivanje odgovora muške i ženske populacije dalo je neke interesantne nalaze. Kada je reč o pridevu *yasashii*, grupe gde je bilo primetne razlike između muškaraca i žena su grupa do 25 godina (88.24% žena i 73.53% muškaraca), od 46 do 55 godina (86% žena i 63.64% muškaraca) i grupa od 56 do 65 godina (70% žena i 58.33% muškaraca). Jedina grupa u kojoj je bilo više muškaraca koji su dali ovaj odgovor je od 36 do 35 godina (78.57% žena i 82.35% muškaraca).

---

<sup>111</sup> *vedar* (M.M.)

Slična je situacija sa pridevom *shinsetsu*. Najveća razlika između muškaraca i žena primetna je u grupi od 36 do 45 godina (45.45% žena je dalo ovaj odgovor naspram svega 12.5% muškaraca). Sa druge strane, grupi od 26 do 35 godina ovaj pridev bio je češći kod muškaraca (35.29% naspram 21.43% žena)

*Omoiyari* je u većini grupa bio nešto češće navođen kod žena nego kod muškaraca. Najveće razlike zabeležene su u grupi do 25 godina (20.59% žena naspram svega 5.88% muškaraca) i u grupi od 56 do 65 godina (50% žena naspram 16.67% muškaraca. Takođe, u grupi preko 66 godina *omoiyari* se javlja kod 33% muškaraca i 0% žena.

Kada je reč o pridevu *akarui*, njegov procenat je najviše varirao po grupama. Primećujemo da je njegovo prisustvo najređe u grupama ispitanika od 36 do 45 (gde se javlja kod 9.09% žena i 4.17% muškaraca) i od 46 do 55 godina (16% žena i 18.18% muškaraca). Takođe, ovaj pridev je u svim grupama češće navođen kod žena. U grupi do 25 godina ovaj pridev je navelo čak 35.29% žena naspram svega 11.76% muškaraca. U grupi od 26 do 35 godina razlika je takođe izražena -28.75% žena naspram 17.65% muškaraca! U grupi od 56 do 65 godina to je 30% žena naspram 16.67% muškaraca, a u najstarijoj grupi ispitanika 50% žena i 33% muškaraca.

Pridev *seijitsu* navođen je u promenljivom procentu. Najveće razlike između dva pola zabeležene su u grupi do 25 godina (11.76% žena i svega 2.94% muškaraca), u grupi od 36 do 45 godina (27.27% žena naspram 8.33% muškaraca), od 56 do 65 godina (15% žena i čak 41.67% muškaraca) i, na kraju, u grupi preko 66 godina (50% žena i 0% muškaraca).

Evo i prideva koji su se pojavili samo jednom u anketi:

*nigyaka*

*ki no kiita*

*ai ga aru*

*oshaberi ja nai*

*tayouteki*

*giseishin*

*juujun*

*furendori*

*chikai*

*shinmitsu*

*houyou*

*shizuka*

*semeru*

*adobaisu*

*dekiru*

*kuuki wo yomu*

*komayakana*

*futopparana*

*jiai ni michita*

*josainai*  
*yurushite agerareru*  
*ji ni ashi no tsuita*  
*zubutoi*  
*seiso*  
*iyana koto wo iwanai*  
*nasakebukai*  
*shinyou dekiru*  
*akyou ga aru*  
*kogimiyoi*  
*kikyoushin*  
*sarigenai*  
*nintairyoku ga tsuyoi*  
*soudan shiyasui*  
*pojitibu*  
*naisu*  
*utsuwa ga hiroi*  
*kimochi ga ii*  
*manaa ga ii*  
*hikaemena*  
*toushindai*  
*shigoto ga dekiru*  
*kobetsu no aru*  
*shinmi ni nareru*  
*ureshii*  
*koseiteki*  
*miryokuteki*  
*kokorodzuyoi*  
*yutori*  
*surudo*  
*hanashiyasui*  
*ningenminoaru*  
*koe wo kakeru*  
*kyouryokuteki*  
*yuukanna*



*chishikitekina*  
*akogareno hito*  
*meikai*  
*sugureta*  
*itooshii*  
*yaku ni tatsu*  
*ogotte kureru*  
*uragiranai*  
*tomodachi ga oosou*  
*doryokuka*  
*megenai*  
*fukan dekiru*  
*kokoro ga atatakai*  
*hitogara ga ii*  
*iken wo ieru*  
*tachiba ni nareru*  
*damasareyasui*  
*kaneharai ga ii*  
*sewa suki*  
*sententeki*  
*kyouyuu*  
*koudai*  
*kyoukan*  
*jintoku ga aru*  
*hitoatari ga ii*  
*yuzuriau*  
*kimochi*  
*kirakuna kimochi ni saseru*  
*wake hedatenai*  
*jou ni atsui*  
*rakukanteki*  
*richigi*  
*aisou ga ii*  
*ookii*  
*kitakai*

*mujakina*  
*awaremibukai*  
*futokoro no fukai*  
*mukuna*  
*wakana*  
*ritatekina*  
*kokorone ga ii*  
*wagamama wo kiite kureru*  
*shiwase*  
*rakutenteki*  
*moraru*  
*kigamawaru*  
*kandou*  
*smairu*  
*nyutoraru*  
*kanjouteki ni narazu hanashi ga dekiru*  
*take wo wattayouna*  
*ikemen*  
*haki haki*  
*ririshii*  
*otokorashii*  
*onnarashii*  
*jikogisei ga dekiru*  
*shinayaka*  
*shikkari shita*  
*boukenteki*  
*zurukunai*  
*shinbyoudzuyoi*  
*sukikirai wo dasanai*  
*aisatsu*  
*tensaiteki*  
*atsui*  
*isshoukenmei*  
*shitashimiyasui*  
*kanemochi*

### 4.3.3. ENRYO U NEVERBALNOM POKAZIVANJU POTREBE

Naredni deo naše ankete odnosio se na situacije gde ispitanici imaju neku potrebu. Zanimalo nas je da li će pokazati tu potrebu i da li će i u kojoj meri imati *enryo*. Prikazane su tri situacije - kada su naši ispitanici umorni i stoje u autobusu; kada im je hladno i žele da uključe grejanje; i, najzad, kada pada kiša i prijatelj im nudi da im pozajmi kišobran.

#### ENRYO KADA SMO UMORNI

Četvrto pitanje u našoj anketi glasilo je: **Ulazite u gradski autobus. Umorni ste. Na svakom sedištu za dvoje sedi po jedna osoba. Vi:**

- Ne sedam jer ne želim da smetam osobi koja već sedi
- Ne sedam jer ne želim da ustajem kad osoba pored mene silazi
- Bez enryo sedam
- Drugo<sup>112</sup>

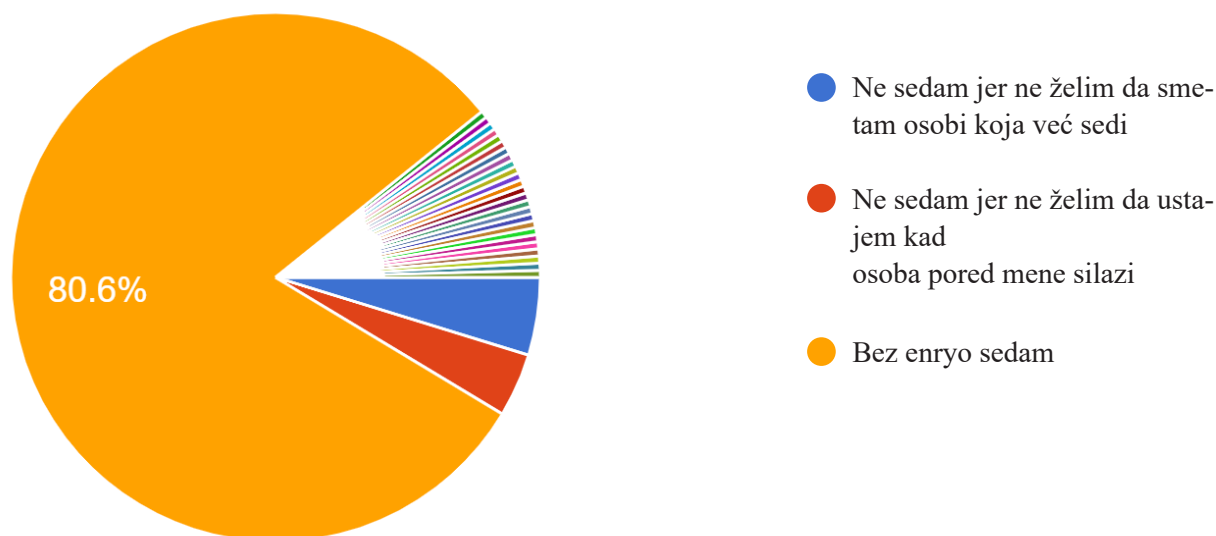
Ovim pitanjem hteli smo da utvrdimo stepen enryo u neverbalnoj komunikaciji kada ispitanik ima potrebu da sedne jer je umoran. Pitanje se odnosi na proksemiku. Naime, ukoliko ispitanik sedne, njegov saputnik više neće imati mnogo ličnog prostora. S obzirom na uvreženo misljenje da Japanci vode računa o “ostavljanju prostora” nepoznatoj osobi u okruženju, zanimalo nas je koliko je to praksa u svakodnevnom životu, i koliko ispitanika će biti spremno da ostave prazno mesto da ne bi nekome smetali. Pored toga, ovo je situacija u kojoj ispitanici imaju i fizičku potrebu da sednu, jer su umorni. Dakle, zanimalo nas je da li će naši ispitanici bez obzira na telesni umor i želju da sednu, biti spremni da suzbiju svoju potrebu kako bi ostavili prostor osobi koja sedi, to jest, da ne bi bili na smetnji.

U ovom slučaju, smatramo da bi odgovor “ne sedam jer ne želim da smetam osobi koja već sedi” izražavao najveći stepen enryo. Naredni odgovor, “ne sedam jer ne želim da ustajem kada osoba pored mene silazi” izražavao bi daleko manji stepen, dok bi odgovor “bez enryo sedam”, prirodno, izražavao potpuno odsustvo enryo. Da pogledamo sada kako izgledaju odgovori naših ispitanika.

Iako smo očekivali veći stepen enryo, najveći broj ispitanika je odabrao opciju “sedam bez enryo”. Ukupno je 80.6% ispitanika dalo ovaj odgovor. Za opciju “ne želim da smetam osobi koja već sedi” odlučilo se svega 4.7 % ispitanika, a za opciju “ne želim da ustajem kad osoba pored mene silazi” tek 3.9% ispitanika. Za opciju “drugo” odlučilo se 10.8% ispitanika. Odgovori su uglavnom bili da bi seli uz izvinjenje, naklon, ili bi seli na sedišta za povlašćene putnike ako su jako umorni. Grafikon 3. prikazuje pregled odgovora naših ispitanika.

---

<sup>112</sup> Ovde su ispitanici sami dopisali kako bi se ponašali u datoj situaciji. Dva najčešća odgovora bila su “pitam da li je slobodno” i “pogledam okolnosti i sednem. Ova dva odgovora su takođe uključena u tabelu.



Grafikon 3.

Odgovori koje su dali naši ispitanici navode nas da se zapitamo da li je realan stepen enryo kod Japanaca zaista toliko visok. Međutim, s obzirom na velike gužve u prevozu, možemo zaključiti da je neminovno da se udaljenost između ljudi smanjuje (recimo, u prepunim jutarnjim vozovima), te je logično i da se sve manje ostavljaju prazna mesta u gradskom prevozu.

Kada pogledamo podelu po polu i godinama, rezultati izgledaju ovako:

Tabela 9.

|         | Sedam  | Pitam | Ne sedam jer ne želim da smetam | Ne sedam jer ne želim da ustajem | Pogledam okolnosti i sednem | Ostalo |
|---------|--------|-------|---------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|--------|
| M do 25 | 75%    | 6.25% | 6.35%                           | 6.25%                            |                             | 6.25%  |
| Ž do 25 | 80%    | 2.85% | 8.57%                           | 2.85%                            | 5.71%                       |        |
| M 26-35 | 93.75% |       |                                 | 6.25%                            |                             |        |
| Ž 26-35 | 92.85% | 7.14% |                                 |                                  |                             |        |
| M 36-45 | 73.91% |       | 4.35%                           | 8.70%                            |                             | 13.04% |
| Ž 36-45 | 72.72% | 9.09% |                                 | 9.09%                            |                             | 9.09%  |
| M 46-55 | 81.81% | 9.09% | 9.09%                           |                                  |                             |        |
| Ž 46-55 | 82.35% | 7.84% | 5.88%                           | 3.92%                            |                             |        |
| M 56-65 | 90.90% |       |                                 |                                  | 9.09%                       |        |

|         |        |        |       |  |       |  |
|---------|--------|--------|-------|--|-------|--|
| Ž 56-65 | 80.95% | 4.76%  | 9.52% |  | 4.76% |  |
| M 66+   | 66.67% | 33.33% |       |  |       |  |
| Ž 66+   | 100%   |        |       |  |       |  |

Rezultati pokazuju da je enryo najmanje zražen među populacijom od 26 do 35 godina, gde je čak 93.75% muškaraca i 92.85% žena reklo da bi selo bez oklevanja. Takođe primećujemo da ovde nema velike razlike u odgovorima muškaraca i žena. Odgovor koji izražava najveći stepen enryo bio je “ne sedam jer ne želim da uznemiravam suseda” i on je relativno malobrojan u svim grupama, izuzev u grupi do 25 godina i od 46 do 55 godina, gde je čak brojniji među muškim ispitanicima. Dodali bismo da je najmanji broj ispitanika koji bi bio spreman da sedne bio u grupama muškaraca do 25 godina (75%), muškaraca i žena od 36 do 45 godina (73.91%, odnosno 72.72%). Dakle, razlika u stepenu enryo između grupe od 26 do 35 godina i od 36 do 45 godina je prilično izražena i enryo je daleko manje prisutan u mlađoj grupi. U grupi od 46 do 55 godina bio je gotovo jednak broj muškaraca i žena koji su odgovorili da bi seli (81.81%, odnosno 82.35%) i rekli bismo da je enryo u ovoj grupi manje prisutan nego u grupi do 45 godina. Naredna starosna grupa ima još manji stepen enryo i on je ovog puta izraženiji kod žena. Naime, 90.90% muškaraca i 80.95% žena je odgovorilo da bi selo na upražnjeno mesto bez enryo.

Međutim, kada je reč o grupi do 25 godina, zabeleženi procenat enryo dovodi u pitanje uvreženo mišljenje da su mlađe generacije neizostavno slobodnije, opuštenije i u neku ruku “sebičnije” od starijih, jer je ovde, naročito kada govorimo o muškoj populaciji, bilo najmanje ispitanika koji bi rekli da bi seli na upražnjeno mesto. U najmlađoj grupi je takođe bilo više odgovora koji ukazuju da ne bi seli, poput “ne želim da uznemiravam suseda”, nego odgovora “pitam i sednem”.

U grupi preko 65 godina situacija je donekle složena zbog malog broja ispitanika. U ovoj grupi je 100% žena odgovorilo da seda bez enryo, a isti odgovor dalo je i 66.66% muškaraca. Ostali muškarci (33.33%) odgovorili su da bi pitali da li je slobodno, a onda seli. Dakle, enryo je u ovoj starosnoj grupi za nijansu jače izražen kod muškaraca nego kod žena, jer je bilo više muškaraca koji bi pokazali izvestan, iako ne tako visok, stepen enryo, i pitali da li je slobodno, izvinili se na smetnji i sl, a tek onda seli.

Primetno je da su odgovori poput “Ne sedam jer ne želim da uznemiravam suseda” relativno redak i da enryo (ili bar enryo u svojoj najstrožijoj formi) više nije toliko izražen u javnom prevozu. Ovaj odgovor je u grupi do 25 godina bio prisutan kod svega 6.35% muškaraca i 8.57% žena, u grupi od 46 do 55 godina kod 9.09% muškaraca i 5.88% žena, a u grupi od 56 do 65 godina kod 9.52% žena. Iako procenat ispitanika koji su dali ovaj odgovor nije zanemarljiv, oni su ipak u manjini. Možemo reći da u ovom slučaju u japanskom društvu enryo iz “obzira” prema drugome, to jest da ne bismo bili na smetnji, postoji, ali je svakako mnogo manje prisutan nego što smo očekivali na samom početku istraživanja.

Sve u svemu, najniži stepen enryo zabeležen je u grupi od 26 do 35 godina, a najviši stepen u najmlađoj grupi do 25 godina i grupi od 36 do 45 godina. Interesantno je i da je u najmlađoj grupi enryo izraženiji kod muških nego kod ženskih ispitanika. Međutim, moramo primetiti da kada je reč o sedanju na upražnjeno mesto u gradskom prevozu, enryo nije tako čest. U svim grupama ispitanici koji bi seli na prazno mesto u autobusu bili su u nadmoćnoj većini u odnosu na ostale.

Dodali bismo da je ovakav rezultat najverovatnije posledica velikih gužvi u javnom prevozu, a naročito u vozovima, zbog čega je neminovno da putnici koriste svako slobodno mesto.

Naime, ukoliko bi se putnici previše snébivali i ostali da stoje, nastala bi daleko veća gužva nego kad bi seli!

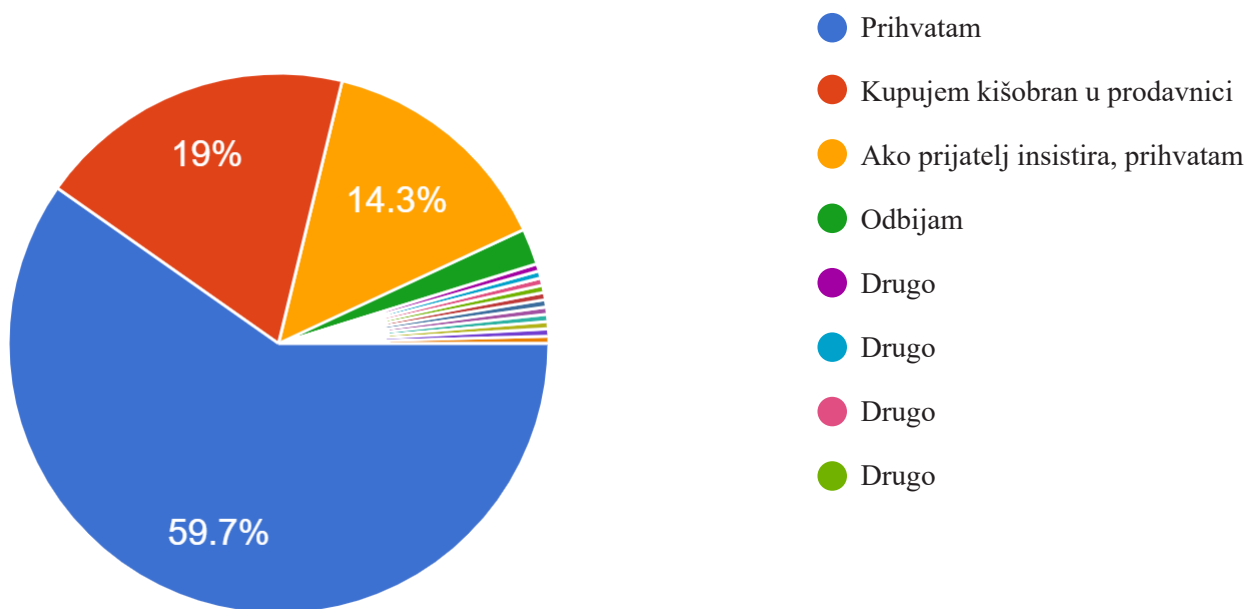
## ENRYO KADA POSTOJI MOGUĆNOST DA POKISNEMO

Osmo pitanje glasilo je: **Počela je kiša. Prijatelj vam nudi kišobran. Nosite novu kožnu jaknu. Ne želite da pokisnete. Šta radite?**

- Prihvatam
- Kupujem kišobran u prodavnici
- Ako prijatelj insistira, prihvatam
- Odbijam
- Drugo

Zanimalo nas je koji će stepen enryo ispitanici imati u kada im nešto treba i, kao i u prethodnoj situaciji, nije baš lako bez toga (grejanje, odnosno kišobran). Ovde se enryo manifestuje odbijanjem ponuđenog, iako nam u datoj situaciji to ponuđeno treba. Takođe, pitanje se odnosi i na proksemiku. Naime, ukoliko dele kišobran sa prijateljem, narušavaju lični prostor, što takođe može biti prepreka u zavisnosti od bliskosti. Naravno, podrazumeva se da ispitanici ne žele da njihova nova jakna pokisne, ali ukoliko je njihovo ponašanje obeleženo visokim stepenom *enryo*, suzbiće svoju potrebu da se ne bi nametali prijatelju. Dakle, u datoj situaciji nas je zanimalo koji stepen enryo će ispitanici imati kada im se nudi kišobran.

Slično kao i kod prethodnog pitanja, odgovor “prihvatam” izražavao bi najniži stepen *enryo*. Odgovor “ako prijatelj insistira, prihvatam” izražava ne tako visok stepen, dok odgovori “odbijam” i “kupujem kišobran u prodavnici” odražavaju najviši stepen *enryo*. U Grafikonu 4. prikazan je pregled odgovora naših ispitanika.



Grafikon 4.

Naši odgovori pokazuju da, kao i kod prethodnog pitanja, postoji izvestan stepen oklevanja da se nešto prihvati. Dok je 59.7% anketiranih odgovorilo da bi prihvatilo ponuđeno, 14.3% je odgovorilo da bi prihvatilo ako prijatelj insistira, dok se 19% odlučilo za opciju kupovine kišobrana u prodavnici. Svega 2.2% bi odbilo ponuđeni kišobran, a 4.8% odlučio se za opciju

“drugo” i sam upisao odgovor. Jedan odgovor je bio “ako prijatelj neće pokisnuti, prihvatam”. Sudeći po odgovorima, zaključili bismo da enryo među ispitanicima nije toliko visok kao što bi se možda očekivalo. Naime, čak 59.7% ispitanika je izjavilo da bi prihvatilo ponuđeni kišobran! Stoga smatramo da u ovom slučaju enryo nije naročito izražen među našim ispitanicima.

Tabela odgovora po godinama i polu izgleda ovako:

Tabela 10.

|         | Prihvatam | Prihvatam ako insistira | Kupujem kišobran | Odbijam | Ostalo |
|---------|-----------|-------------------------|------------------|---------|--------|
| M do 25 | 55.56%    | 14.81%                  | 22.22%           |         | 7.41%  |
| Ž do 25 | 62.5%     | 21.88%                  | 15.62%           |         |        |
| M 26-35 | 53.33%    | 26.67%                  | 29%              | 6.67%   |        |
| Ž 26-35 | 64.29%    | 14.29%                  | 14.29%           |         | 7.14%  |
| M 36-45 | 66.67%    | 12.5%                   | 20.83%           |         |        |
| Ž 36-45 | 100%      |                         |                  |         |        |
| M 46-55 | 81.82%    |                         | 18.18%           |         |        |
| Ž 46-55 | 62.26%    | 11.32%                  | 24.52%           | 1.87%   |        |
| M 56-65 | 33.33%    | 22.22%                  | 44.44%           |         |        |
| Ž 56-65 | 57.89%    | 21.05%                  | 15.79%           | 5.26%   |        |
| M 66+   | 100%      |                         |                  |         |        |
| Ž 66+   | 100%      |                         |                  |         |        |

Kao što vidimo u odgovorima svih grupa različitih godina i starosti, može se zaključiti da stepen enryo u ovom pogledu nije toliko visok. Enryo postoji, naročito u onom delu gde se nešto prihvata tek na insistiranje prijatelja, ili gde ispitanik odlučuje da sam kupi kišobran da ne bude na smetnji. Međutim, s obzirom na relativno visok stepen onih koji prihvataju ponuđeni kišobran, rekli bismo da je enryo manje prisutan nego što se možda misli.

U ovom slučaju *enryo* je bio izraženiji kod muškaraca nego kod žena. U grupi muškaraca od 56 do 65 godina svega 33% ispitanika je odgovorilo da bi prihvatilo kišobran. Dok su se u slobodnim odgovorima pojavljivala objašnjenja poput “prihvatio bih ukoliko prijatelj ima 2 kišobrana” (7.41% muškaraca do 25 godina i 7.14% žena od 26 do 35 godina je dalo ovaj odgovor), ipak moramo napomenuti da se pitanje odnosilo na to da li bi delili kišobran ili ne, tako da ovi ispitanici nisu najbolje razumeli pitanje. Takođe, naveli bismo da je u mnogim grupama preko 20% ispitanika navelo da bi prihvatilo kišobran ukoliko prijatelj insistira (muškarci i žene 56-65 i

žene do 25 godina dali su ovaj odgovor u nešto više od 20%, a muškarci od 26 do 35 godina čak 26.67%). Ovde opet nailazimo na podudaranje u odgovorima najmlađih i najstarijih grupa i opet možemo zaključiti da je ovde enryo prisutan među najmlađima i najstarijima, ali mnogo manje među ispitanicima srednjih godina.

Sa druge strane, žene od 36 do 45 godina jednoglasno su izjavile da bi prihvatile ponuđeni kišobran! Iako smo isti odgovor dobili i u grupama muškaraca i žena preko 65 godina, ipak bismo napomenuli da je u tim dvema grupama bilo daleko manje ispitanika i stoga nas homogenost odgovora nije iznenadila u tolikoj meri. Sa druge strane, grupa od 36 do 45 godina je ubedljivo najbrojnija grupa i donekle iznenađuje da su u ovom slučaju svi dali isti odgovor. Ovo je ujedno i grupa sa najnižim stepenom enryo kada je reč o prihvatanju kišobrana.

Ispitanici koji su rekli da bi odbili ponuđeni kišobran su u manjini. Ovaj odgovor javio se u samo tri grupe, i to: kod muškaraca od 25 do 35 godina (6.67%), žena od 46 do 55 godina (1.87%) i žena od 56 do 65 godina (5.26%).

Iz navedenih odgovora zaključili bismo da stepen enryo u ovom pogledu nije toliko visok. Enryo postoji, naročito u onom delu gde se nešto prihvata na insistiranje prijatelja, ili gde ispitanik odlučuje da sam kupi kišobran da ne bude na smetnji. Međutim, s obzirom na relativno visok stepen onih koji prihvataju ponuđeni kišobran, rekli bismo da je enryo manje prisutan nego što se možda misli. Kada uporedimo odgovore različitih starosnih grupa, vidimo da je enryo prisutan među najmlađima i najstarijima, ali mnogo manje među ispitanicima srednjih godina.

#### ENRYO KADA NAM JE HLADNO

Deveto pitanje je glasilo: **Na poslu ste. U prostoriji je hladno. Vi:**

- Uključujem klima uređaj ne pitavši nikoga
- Čekam da profesor ili šef uključi klimu
- Pogledam okolo i ako deluje kao da je nekom hladno uključujem klimu
- Pitam ljude u okruženju da li im je hladno
- Ništa ne radim
- Drugo

Ovo pitanje postavljeno je tako da imamo neku potrebu, ali ne znamo da li okruženje želi isto što i mi. Zanimalo je da li će ispitaniku biti važnija sopstvena potreba od potreba drugih. U ovom slučaju, odgovor “uključujem klima uređaj ne pitavši nikoga” odražavao bi potpuno odsustvo *enryo*. Odgovor “pitam ljude u okruženju da li im je hladno” odražava prisustvo *enryo* (doduše, ne u tako visokom stepenu), ali i visok stepen *omoiyari*, jer se pojedinac brine o potrebama drugih. Odgovor “pogledam okolo i ako deluje kao da je nekom hladno uključim klimu” takođe odražava *omoiyari*, ali nešto viši stepen *enryo* od prethodnog odgovora, jer ovde ispitanik ne postavlja pitanje i ne daje indikacije da bi možda uključio klima uređaj. Odgovori “ništa ne radim” i “čekam da profesor ili šef uključi klimu” odražavaju najviši stepen *enryo*.

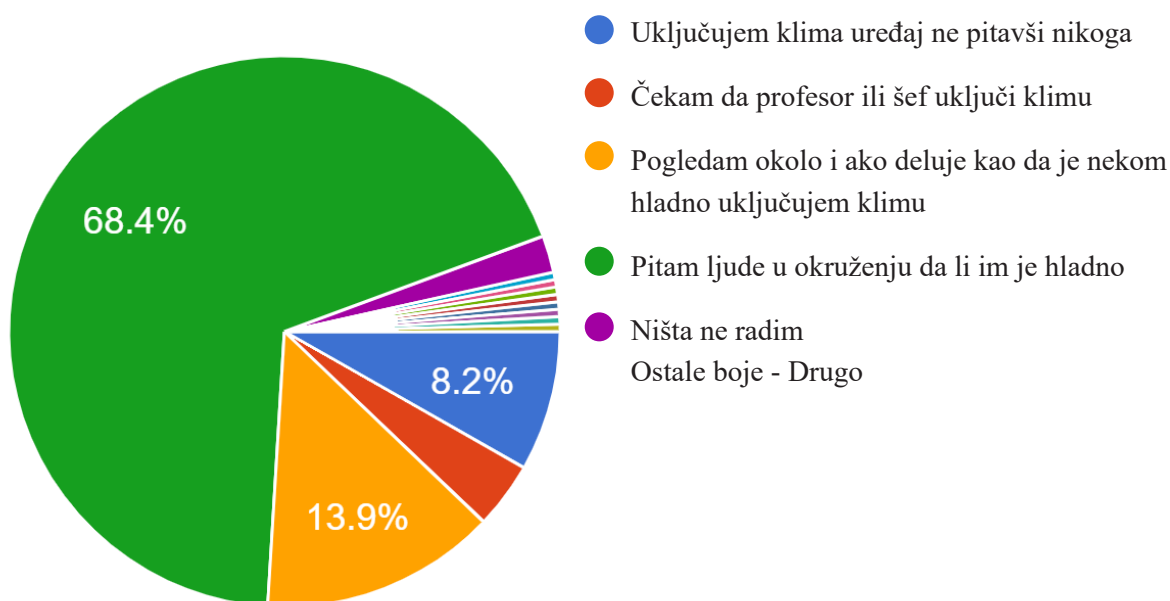
Napomenuli bismo da je ovo pitanje prvobitno bilo vezano isključivo za neverbalnu komunikaciju, ali se u prvobitnim, probnim intervjuima spontano pojavio odgovor “Pitao bih druge da li im je hladno”. Stoga je i ovaj odgovor ponuđen u anketi i ispostavilo se da se najveći broj ispitanika odlučio upravo za njega (64.8%). Ovaj odgovor, kao što smo naveli, odražava ne tako visok stepen *enryo*, ali visok stepen *omoiyari*. Takođe, 13.9% anketiranih je reklo da bi pogledalo da li je ljudima u okruženju hladno i uključilo klimu ako im se čini da jeste. Može se reći da osobe kojima je hladno često to ne izraze otvoreno, već oblače džemper ili skrštaju ruke. Dakle, u ovom slučaju neverbalna komunikacija ima značajnu ulogu, jer se komunikacija odvija posrednim,



neverbalnim znacima. Ovde je takođe prisutan *omoiyari*, kao i nešto viši stepen *enryo* nego kod pojedinaca koji su dali prethodni odgovor. Naime, ovde se pojedinac ne obraća okruženju direktno i ne nagoveštava svoje potrebe, već posmatra ponašanje drugih i u skladu s njim rešava da li da uključi grejanje. Činjenica da bi preko 80% anketiranih najpre pitalo ili pogledalo da li je drugima hladno i tako stavilo tuđe potrebe iznad svojih ukazuje na uticaj *omoiyari* na ovakvu odluku, i ujedno ide u prilog mišljenju da se u japanskoj kulturi “svet posmatra iz perspektive druge osobe” (Suzuki, 1978:143). Značajno je da je relativno mali broj ispitanika rekao da bi bez pitanja uključio klima uređaj (svega 8.2%). 3.5% ispitanika se odlučilo za “drugo”, a neki od njih su odgovorili da bi uzeli cebe, što bismo takođe protumačili kao želju da se ne smeta drugima, odnosno, odluku vođenu principima *enryo* i *omoiyari*.

Čekanje da nadređeni uključi klimu je jasna manifestacija *enryo* i za ovu opciju se odlučilo 3.9% ispitanika. Odgovor “ništa ne radim” je takođe izraz visokog stepena *enryo* i tako je odgovorilo 2.2% ispitanika.

Napomenuli bismo da u ovom slučaju naša odluka (da li da promenimo temperaturu u prostoriji ili ne) ima primetniji uticaj na druge nego u prethodno analiziranom pitanju. Moguće je da je to razlog zašto su se mnogi odlučili upravo da pitaju druge da li im je hladno. Činjenica da najveći broj ispitanika osluškuje ili direktno pita druge pre nego što donese odluku ukazuje na izvestan uticaj *enryo* na ponašanje u ovoj situaciji. Ipak, većina ispitanika ne bi potpuno potisnula svoje potrebe zarad drugih, već bi inicirala verbalnu interakciju sa drugima i suptilno pitala da li im je hladno. Stoga možemo reći da ovde *enryo* postoji, ali nije prisutan do te mere da potpuno suzbija izražavanje lične potrebe.



Grafikon 5.

Tabela 11. prikazuje pregled odgovora ispitanika različitih godina i pola. Kao što vidimo, najveći broj ispitanika bi pitao ljude u okruženju da li im je hladno. To svakako ukazuje na visok stepen *omoiyari* u japanskom društvu, jer se potrebama okruženja udeležuje pažnja. Međutim, moramo imati u vidu i da je ispitaniku u ovom slučaju hladno i da traži razlog da uključi klimu, a za to mu je potrebno da vidi da li je ostalima hladno.

Kada je reč o onima koji pokazuju najviši stepen *enryo* i ili ništa ne preduzimaju, ili čekaju da neko drugi uključi klimu, oni su najbrojniji u najmlađoj grupi muškaraca, gde 5.88% tvrdi da

ništa ne bi preduzelo, a 20.59% da bi čekalo da neko drugi uključi klima uređaj. Takođe, 6.25% žena je odgovorilo da ništa ne preduzima. Nasuprot ideji da se društvo menja i da se pravila manje poštuju, najmlađa grupa pokazuje da najmlađi imaju visok stepen enryo kada je reč o izražavanju sopstvenih potreba.

Tabela 11.

| Pol i godine | Pitam ostale da li je hladno | Uključujem klima uređaj | Pogledam da vidim da li je drugima hladno | Čekam da šef / profesor uključi klimu | Ništa ne preduzimam | Ostalo |
|--------------|------------------------------|-------------------------|---|---------------------------------------|---------------------|--------|
| M do 25      | 52.94%                       | 8.82%                   | 8.82%                                     | 20.59%                                | 5.88%               | 2.94%  |
| Ž do 25      | 61.76%                       | 3.13%                   | 25%                                       |                                       | 6.25%               |        |
| M 26-35      | 75%                          | 12.5%                   | 12.5%                                     |                                       |                     |        |
| Ž 26-35      | 64.29%                       | 14.29%                  | 14.29%                                    | 7.14%                                 |                     |        |
| M 36-45      | 63.34%                       | 4.55%                   | 9.09%                                     |                                       | 4.55%               |        |
| Ž 36-45      | 53.33%                       | 6.67%                   | 26.67%                                    |                                       |                     |        |
| M 46-55      | 63.34%                       | 9.09%                   | 18.18%                                    |                                       |                     | 9.09%  |
| Ž 46-55      | 82%                          | 4%                      | 12%                                       | 2%                                    |                     |        |
| M 56-65      | 75%                          |                         | 25%                                       |                                       |                     |        |
| Ž 56-65      | 85%                          | 10%                     | 5%  |                                       |                     |        |
| M 66+        | 100%                         |                         |   |                                       |                     |        |
| Ž 66+        | 100%                         |                         |   |                                       |                     |        |

Takođe, u grupi žena do 25 godina, žena od 36 do 45 godina i muškaraca od 45 do 55 godina zabeležen je visok procenat (u prvoj grupi 25%, u drugoj 26.67% i u trećoj 18.18%) onih koji ne bi verbalizovali pitanje, već bi pogledali da li je ostalima hladno i u skladu sa tim odlučili da li da uključe grejanje. Stoga smatramo da je za ove grupe karakterističan visok stepen omoiyari, ali i izvesno prisustvo enryo, budući da ne verbalizuju svoju potrebu.

#### 4.3.4. ENRYO U POGLEDU

Kao što smo videli, direktno gledanje u neku osobu nije poželjno u japanskom društvu. Stoga nas je zanimalo u kojoj meri će naši ispitanici imati enryo kada se u njihovoj blizini nalazi veoma upadljiva osoba koja budi njihovu radoznalost. Iako maniri nalažu da se u tu osobu ne

gleda jer to može biti nepristojno ili uvredljivo, u nekim slučajevima je nemoguće odvojiti pogled od nekoga ili nečega što nam je interesantno. Narednim pitanjem želeli smo da utvrdimo realan stepen *enryo* vezan za neverbalnu komunikaciju pogledom, odnosno kontaktom očiju, kada je neko upadljiv i po prirodi stvari se ističe i izaziva radoznalost. Da pogledamo kako su na ovo pitanje odgovorili naši ispitanici.

Peto pitanje u anketi bilo je: **U vašem gradu se pojavio veoma upadljiv (privlačan, upadljivo obučen) stranac. Da li gledate u tu osobu?**

Gledam, ne mogu da se suzdržim

Iz radoznalosti gledam krišom ali trudim se da ne gledam iz pristojnosti

Ne gledam

Kao što smo već naveli, japanska kultura nalaže da je nepristojno buljiti u neku osobu. Stoga bi najveći stepen *enryo* bio kod onih ispitanika koji uopšte ne gledaju u upadljivu osobu. Smatramo da je odgovor “iz radoznalosti gledam ali trudim se da ne gledam iz pristojnosti” pokazatelj izvesnog stepena *enryo*, dok oni koji su odgovorili “Gledam, ne mogu da se suzdržim” uopšte nemaju *enryo*. Međutim, procenat ispitanika koji je odgovorilo da uopšte ne gleda u tu osobu je iznenađujućih 5.2%! Sa druge strane, veliki broj anketiranih odgovorio je da iz radoznalosti gleda krišom, ali se iz pristojnosti trudi da ne gleda. Ovaj odgovor dalo je čak 62.9% ispitanika. Zapravo, kada im je neko (kao što je privlačan, upadljivo obučen stranac) interesantan, Japanci često gledaju krišom, iskosa i povremeno odvrćaju pogled da ne bi bili primećeni. Tako je na ovo pitanje većina ispitanika odgovorila da gleda krišom, dok se čak 31.9% anketiranih odlučilo za opciju “Gledam, ne mogu da se suzdržim”. Dakle, bez obzira na pravilo, većina Japanaca, ipak, gleda, ali se najveći broj njih trudi da to sakrije. Grafikon 6. prikazuje pregled odgovora naših ispitanika.



Grafikon 6.

U tabeli 12. su prikazani odgovori ispitanika različitih godina i oba pola. Po rezultatima se vidi da je mnogim ispitanicima teško da suzbiju radoznalost i, iako je to suprotno pravilima lepog ponašanja, mnogi gledaju krišom kada im je neko ili nešto zanimljivo. Najveći procenat ispitanika koji su rekli da otvoreno gledaju zabeležen je u grupama žena od 26 do 35 godina (procenat ispitanica ovog starosnog doba koje su rekle da otvoreno gledaju je čak 42.86%, što je unekoliko više nego procenat muškaraca istog doba koje je dalo ovaj odgovor) i muškaraca od 46

do 55 godina (gde je procenat muškaraca koji su dali ovaj odgovor gotovo dvostruko viši nego procenat žena). Najveći broj muškaraca koji su rekli da otvoreno gledaju bio je u grupama od 46 do 55 godina (54.55%) i preko 66 godina (čak 66.67%). Ovaj podatak ne iznenađuje, jer pravila ponašanja za starije muškarce nisu tako stroga kao za žene.

Tabela 12.

|         | Gledam | Gledam krišom | Ne gledam | Ostalo |
|---------|--------|---------------|-----------|--------|
| M do 25 | 31.42% | 60%           | 5.71%     |        |
| Ž do 25 | 17.65% | 76.47%        | 5.88%     |        |
| M 26-35 | 31.25% | 68.75%        |           |        |
| Ž 26-35 | 42.86% | 50%           | 7.14%     |        |
| M 36-45 | 33.33% | 58.33%        | 8.33%     |        |
| Ž 36-45 | 36.36% | 63.64%        |           |        |
| M 46-55 | 54.55% | 45.45%        |           |        |
| Ž 46-55 | 28.85% | 63.46%        | 7.69%     |        |
| M 56-65 | 41.67% | 58.33%        |           |        |
| Ž 56-65 | 25%    | 70%           | 5%        |        |
| M 66+   | 66.67% | 33.33%        |           |        |
| Ž 66+   | 50%    | 50%           |           |        |

Napomenuli bismo da je u većini grupa bilo više muškaraca koji su izjavili da otvoreno gledaju. Ovaj podatak možemo objasniti činjenicom da se od žena češće očekuje da imaju manire i da se lepo ponašaju, dok je društvo uglavnom tolerantnije prema muškarcima. Stoga iznenađuje podatak da se u grupi ispitanika od 26 do 35 godina javilo daleko više žena koje su rekle da bi otvoreno gledale u upadljivu osobu. Dodali bismo da je u ovoj grupi bilo dosta odgovora koji pokazuju da mlade žene nemaju uvek tako visok stepen enryo kao što se misli. Moguće je da ovakvi odgovori ukazuju na to da se društvo menja u pravcu veće otvorenosti. Međutim, u grupi žena do 25 godina zabeležen najmanji broj ispitanica koje su rekle da otvoreno gledaju (17.65 %).

Isto tako, procenat ispitanika koji tvrde da ne bi uopšte ne bi gledali zanimljivu osobu je u svim grupama relativno nizak i iznosi od 0 do 8.33%.

Ispitanici koji krišom gledaju nepoznatu osobu su dominantni u svim starosnim grupama. Primećujemo da, iako postoji pravilo lepog ponašanja da se u nepoznatu osobu ne zuri otvoreno, većina ispitanika ipak gleda u osobu koja im je interesantna. Zanimljiv rezultat zabeležen je u grupi žena do 25

godine. Naime, iako je u ovoj grupi zabeležen najmanji broj ispitanika koji otvoreno “zure” u nepoznatu osobu (svega 17.65%), istovremeno je tu i najveći broj onih koji krišom gledaju (čak 76.47%), a broj onih koji uopšte ne gledaju bio svega je 5.88%! Stoga bi se moglo reći da je svest o pravilu prisutna, ali našim ispitanicima je teško da suzbiju radoznalost. S obzirom na rezultat, rekli bismo da *enryo* postoji u izvesnoj meri (jer se većina ispitanika trudi da ne “zuri” i gleda krišom). Međutim, iako možda ne dugo i otvoreno, ili se bar trude da to sakriju koliko mogu, ispitanici ipak gledaju u nepoznatog. Stoga se može reći da je *enryo* prisutan, ali se pravilo ipak ne poštuje tako strogo.

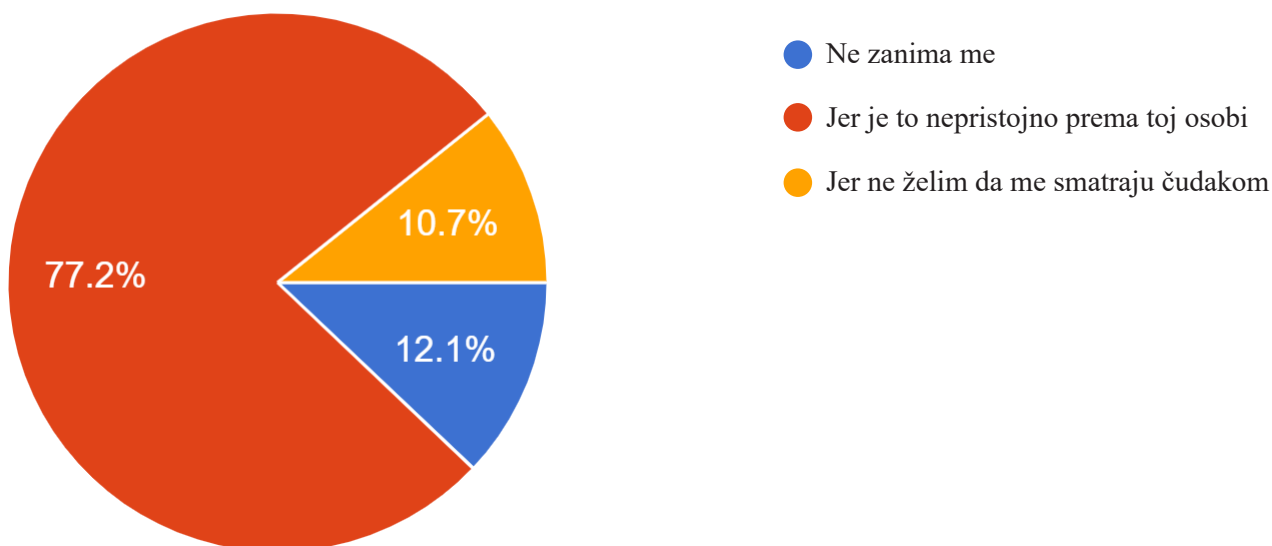
Najveći broj onih koji otvoreno gledaju zabeležen je u nešto starijim grupama muškaraca, i to: od 46 do 55 godina (54.55%), od 55 do 65 godina (41.67%) i preko 65 godina (66.67%). Često su pravila japanskog društva daleko manje stroga prema muškarcima i ovakvo, relativno “nepristojno” ponašanje se lakše oprašta muškarcima nego ženama.

Na osnovu rezultata možemo zaključiti da su Japanci svesni da je nepristojno zuriti u nepoznate osobe, ali ne poštuju to pravilo kada im je neko interesantan. Stariji muškarci su mnogo manje rezervisani kada je reč o ovom pravilu, ali se isto može reći i za grupu žena od 26 do 35 godina, gde je zabeležen veliki broj ispitanica koje bi otvoreno gledale u nepoznatog. Najviši stepen *enryo* kada je reč o gledanju u nepoznatog zabeležen je u grupi žena do 25 godina, ali tu je ujedno i najviši broj ispitanica koje bi gledale krišom. Stoga se može reći da je japansko društvo postalo nešto manje strogo kada je reč o ovom pravilu, kao i da postoji mogućnost da pravilo da se ne gleda u nepoznatog polako iščezne iz japanske kulture u narednim decenijama.

Šesto pitanje bilo je zapravo dodatak petom pitanju i glasilo je: “**Ako ste na prehodno pitanje odgovorili b) ili c), zašto ste se odlučili za taj odgovor?**”. Ponuđeni odgovori su:

- Ne zanima me
- Jer je to nepristojno prema toj osobi
- Jer ne želim da me smatraju čudakom

Kako se u japanskom društvu buljenje u neku osobu smatra nepristojnim, najveći broj ispitanika će se, i kada gleda u neku osobu, truditi da to čini krišom i može se reći da će najveći broj ispitanika imati *enryo*, ili će se bar truditi da tako izgleda. U šestom pitanju hteli smo da proverimo koliko je *omoiyari* deo *enryo*, odnosno, koliko je ovo ponašanje stvar ugleda, a koliko je usmereno ka tome da se ne povredi druga osoba. 77.2% ispitanika je reklo da ne gleda jer je to nepristojno prema nekoj osobi. 10.7% je odgovorilo da ne želi da ga neko smatra čudakom, a svega 12.1% je reklo da ga ta upadljiva osoba ne zanima. Dakle, *omoiyari* je kod većine ispitanika bio faktor od presudnog značaja na to kako će se ponašati u ovoj situaciji, a ujedno i najveći razlog za postojanje *enryo*. Grafikon 7. prikazuje pregled odgovora naših ispitanika.



Grafikon 7.

#### 4.3.5. ENRYO U JELU I PIĆU

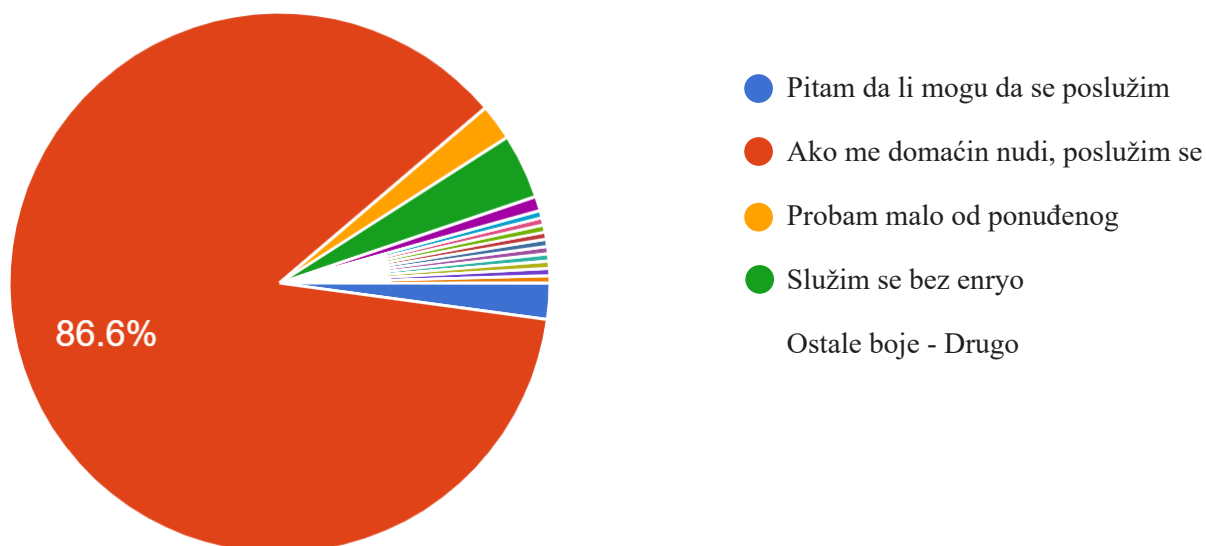
Kako *enryo* nalaže uzdržavanje od pokazivanja ili iskazivanja sopstvenih potreba, samo se nametnulo pitanje koliko će naši ispitanici pokazati glad ili želju da nešto probaju kada su u gostima i treba lepo da se ponašaju. U narednim pitanjima biće obrađene dve situacije u gostima. U prvoj, ispitanik je u kući poznanika. Dakle, nije reč o bliskom prijatelju i pretpostavljamo da će stepen *enryo* biti nešto viši nego u kući bliskog prijatelja ili rođaka. U drugoj, u kući poznanika se od ispitanika traži da direktno izrazi šta želi. Da pogledamo kako bi se naši ispitanici ponašali u navedenim situacijama.

##### U GOSTIMA KOD POZNAZIKA

Sedmo pitanje je glasilo “**Nalazite se u kući svog poznanika. Na stolu je hrana koja izgleda primamljivo. Gladni ste. Vi:**

- Ne jedem jer ne želim da me smatraju proždrljivim
- Ako me domaćin nudi, poslužim se
- Probam malo od ponuđenog
- Služim se bez *enryo*
- Drugo

Ovde nas je zanimalo koji će biti stepen *enryo* kada je na stolu hrana koja je već spremljena zbog gostiju i podrazumeva se da mogu da se služe. Takođe, značajno je da je ispitanik u navedenoj situaciji gladan. Stoga bi ignorisanje ili odbijanje ponuđene hrane svakako podrazumevalo da *enryo* kontroliše njegovo ponašanje. Dakle, odgovor “ne jedem jer ne želim da me smatraju proždrljivim” izražavao bi najviši stepen *enryo*, a odgovor “ako me domaćin nudi, poslužim se” nešto niži stepen *enryo*. Odgovor “probam malo od ponuđenog” takođe bi odražavao izvestan stepen *enryo*, jer ispitanik više brine o pravilima lepog ponašanja nego o sopstvenim potrebama, a odgovor “služim se bez *enryo*” izražavao bi, svakako, potpuno odsustvo *enryo*. Pitanje se odnosilo isključivo na neverbalnu komunikaciju i svi ponuđeni odgovori bili su neverbalnog karaktera. Da pogledamo kako izgledaju rezultati. (Grafikon 8.)



Grafiokon 8.

Vrlo mali broj ispitanika (3.9%) odlučio se za opciju “Služim se bez enryo”. Sa druge strane, čak 86.6 % ispitanika dalo je odgovor “Ako me domaćin nudi, poslužim se”. Svega 2.2% se odlučilo za opciju “Probam malo od ponuđenog” koja, opet, ukazuje na prisustvo *enryo* u nekom obliku, a isti procenat je odgovorio da ne jede jer ne želi da ga smatraju proždrljivim.

Kako smo više puta prisustvovali situaciji da niko ne jede ponuđenu hranu uprkos tome što domaćin govori gostima da se služe, odgovori su nas donekle iznenadili. Doduše, stepen “nutkanja” koji domaćin treba da primeni da bi gost uzeo ponuđenu hranu, kao ni stepen bliskosti između domaćina i gosta, nije jasno određen u pitanju. Smatramo da je najverovatnije tumačenje ispitanika bilo da je stepen nutkanja visok i da su zato ovako odgovorili.

S obzirom na postojanje pojmova “nutkanje” i “ustručavanje” koji ukazuju na postojanje sličnih običaja vezanih za jelo i piće u gostima u srpskoj kulturi, smatramo da bi bilo zanimljivo napraviti poređenje između Japana i Srbije u ovom pogledu jer je izvesno da postoje zajedničke tačke između ove dve, inače vrlo različite, kulture<sup>113</sup>. Međutim, kako ne bi bilo previše digresija, takvo istraživanje će biti predmet nekog drugog rada. Podela ispitanika prema godinama i polu prikazana je u Tabeli 13.

Tabela 13.

| Pol i godine | Služim se bez enryo | Ako me ponudi, služim se | Malo jedem | Ne jedem | Ostalo |
|--------------|---------------------|--------------------------|------------|----------|--------|
| M do 25      | 15.38%              | 78.79%                   |            | 3.03%    | 6.06%  |
| Ž do 25      |                     | 88.24%                   |            | 8.83%    | 2.94%  |
| M 26-35      |                     | 87.5%                    | 6.25%      |          | 6.25%  |

<sup>113</sup> Takođe je tipično za ovu dalekoistočnu kulturu da retko ko hoće da pojede poslednji komad kolača ili bilo kog drugog jela koji stoji na poslužavniku. Interesantno je da ta pojava postoji i u Srbiji.

|         |       |        |       |       |       |
|---------|-------|--------|-------|-------|-------|
| Ž 26-35 |       | 92.86% | 7.14% |       |       |
| M 36-45 | 8%    | 64%    |       | 4%    | 20%   |
| Ž 36-45 |       | 100%   |       |       |       |
| M 46-55 | 10%   | 90%    |       |       |       |
| Ž 46-55 | 1.82% | 92.73% | 1.82% | 1.82% | 1.82% |
| M 56-65 | 8.33% | 91.67% |       |       |       |
| Ž 56-65 |       | 90.48% | 4.76% | 4.76% |       |
| M 66+   |       | 100%   |       |       |       |
| Ž 66+   |       | 100%   |       |       |       |

Najmanji broj onih koji se služe ukoliko su ponuđeni bio u grupi muškaraca od 36 do 45 godina, kao i u najmlađoj grupi muškaraca do 25 godina. Međutim, upravo u ovim grupama veliki broj ispitanika je odgovorio da se služi bez *enryo*, a u odgovorima koje smo zabeležili kao “ostalo” jedan od najčešćih odgovora bio je da bi pitali da li mogu da jedu, kao i da bi skrenuli razgovor na temu hrane da bi ih domaćin ponudio. Stoga se ne bi moglo reći da je za ove grupe karakterističan visok procenat *enryo*. Takođe, u ove dve grupe zabeležen je nizak procenat onih koji su rekli da ne bi jeli uopšte (3% u grupi do 25 godina, odnosno 4% u grupi od 36 do 45 godina), što dodatno potvrđuje da u ovim grupama *enryo* u konzumaciji hrane nije preterano izražen.

U grupi žena do 25 godina starosti zabeležen je najviši procenat onih koje se ne bi služile ponuđenom hranom (8.83%). Iako ovo nije naročito visok procenat, moramo primetiti da je ipak najviši u odnosu na ostale ispitanike. Možemo reći da, kada je reč o jelu i piću, mlade žene imaju viši stepen *enryo* od ostalih grupa. Takođe bismo primetili da je u grupi žena od 56 do 65 godina procenat onih koje se ne bi služile 4.76, a isti je procenat onih koje bi samo malo jele. Stoga se može reći da je *enryo* u konzumiranju hrane najprisutniji među ženama do 25 godina i ženama od 56 do 65 godina, a najmanje prisutan kod muškaraca do 25 godina i od 36 do 45 godina.

#### U GOSTIMA KOD PRIJATELJA

Petnaesto pitanje bilo je: **U gostima ste kod prijatelja. Prijatelj vas pita šta ćete da popijete sa mnogo detalja, od toga kakvu biste čašu, preko vrste pića, do toga koliko biste šećera ili leda. Šta mislite o svemu tome?**

- Ljubazno je
- Neprikladno je
- Prevelika je gnjavaža
- Drugo



Kao što smo već ranije naveli, postoji uvreženo mišljenje da se u japanskoj kulturi pitanja poput “Šta želite?” ne postavljaju direktno, već se prednost daje implicitnoj, neverbalnoj komunikaciji i “oslušivanju” nečijih potreba (omoiyari). Neki autori čak navode da je nezamislivo da žena u Japanu pita muža da li želi kafu sa mlekom, šećerom ili šlagom, kao što to često čine u Americi (Doi 1981,12). Isti autor kaže da bi dijalog tipa “Da li želite viski, burbon, led, šećer?” ne mogu ni zamisliti u Japanu. Doi takođe kaže da ga je činilo nervoznim kada ga pre obroka pitaju kakvo piće želi i u kakvoj čaši, a nakon obroka da li želi kafu ili čaj. Na to Smit (Smith, 1983:87) komentariše da “mora da je Doi bio na mukama” jer je u Japanu običaj da se domaćin trudi da pogodi šta bi se gostu svidelo i ponudi mu razna jela i piće, a od gosta se očekuje da proba pomalo od svega da ne bi uvredio domaćina odbijanjem. Dakle, želje se ne izražavaju verbalno. Slično tome, Mizutani i Mizutani (1987) tvrde da je u Japanu se direktna pitanja poput :

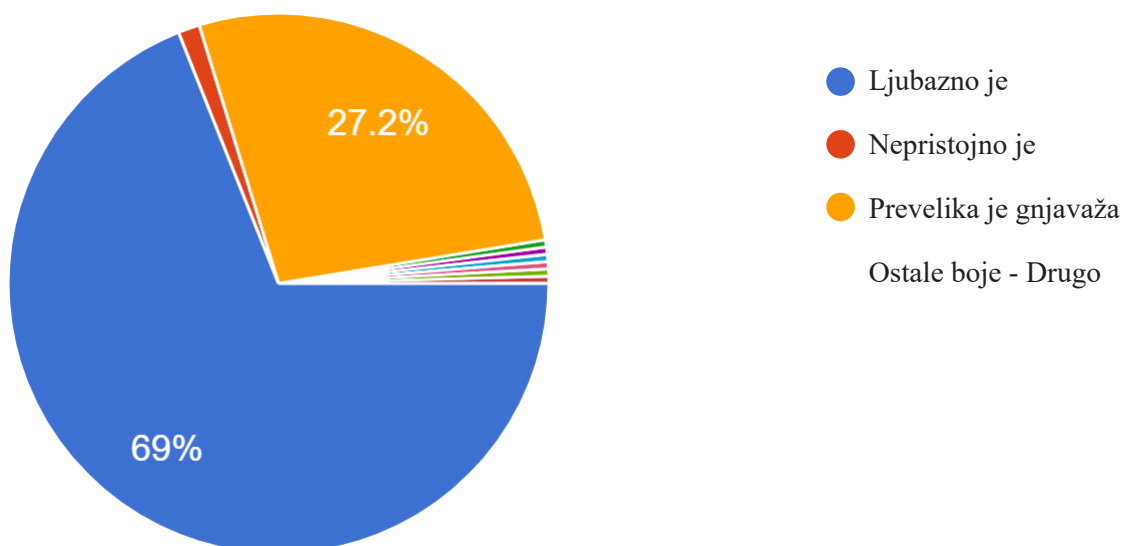
\*Nani-wo tabetai desu-ka? (Šta biste da pojedete?)

\*Nani-ga hoshii desu-ka? (Šta želite?)

postavljaju samo u krugu porodice ili bliskih prijatelja. (117-18)

Međutim, nekad se i sami Japanci nađu u nebranom grožđu jer se od njih očekuje da čitaju između redova i pogađaju šta ko želi. Stoga smo želeli da vidimo šta zapravo naši ispitanici misle o svemu ovome, kao i da li se društvo menja od neverbalnog nagoveštavanja želja do njihove verbalizacije.

Smatrali smo da će se ispitanici čiji sistem vrednosti karakteriše visok stepen *enryo* odlučiti za odgovor “nepriстойno je” ili “prevelika gnjavaža” dok se za ispitanike koji smatraju da su ova pitanja ljubazna može reći da imaju sistem vrednosti u kome *enryo* nema tako bitnu ulogu. Dosadašnja istraživanja u ovoj oblasti sugerisala su da će više ispitanika biti u prvoj grupi. Međutim, kako je od vremena kada su ova istraživanja objavljena prošlo tridesetak godina, zanimala nas je trenutna situacija u japanskom društvu. Da pogledamo sada kako su odgovorili naši ispitanici. (Grafikon 9).



Grafikon 9.

S obzirom na to da mnogi istraživači navode da se u Japanu ne smatra uobičajenim, a koliko smo iz gorepomenutih citata mogli da zaključimo, ni preterano ljubaznim, da se ovakva pitanja

direktno postavite i da neki navode da takva pitanja Japance čine nervoznim, da im je neprijatno i slično, iznenađujuće je da je čak 69% anketiranih odgovorilo da smatra da su navedena pitanja ljubazna. 27.2% se odlučilo za “tradicionalniji” odgovor - da je to gnjavaža. Svega 1.3% ispitanika je reklo da je takvo ponašanje nepristojno, a 2.6% se odlučio za opciju “drugo”. Podjela ispitanika po godinama i polu izgledala je ovako:

Najmanji broj ispitanika koji smatraju da su navedena pitanja ljubazna zabeležen je u grupi muškaraca od 56 do 65 godina (gde je 50% ispitanika dalo odgovor “ljubazno je”) i u grupi žena od 26 do 35 godina (gde je 57.14% dalo ovaj odgovor). U svim ostalim grupama preko 60% ispitanika je dalo odgovor “ljubazno je”: u grupi muškaraca do 25 godina to je 64.71%, u grupi žena do 25 godina 79.41%. Dakle, u najmlađoj grupi bilo je daleko više žena koje su dale ovaj odgovor. U nešto starijoj grupi to je 57.14% žena i nešto više muškaraca - 62.35%. U grupi od 36 do 45 godina ovaj odgovor je ponovo dalo daleko više žena nego muškaraca - čak 81.82% naspram 62.5%. U grupi od 46 do 55 godina situacija je obrnuta - ovaj odgovor je dalo 81.82% muškaraca i 64.7% žena. U grupi od 56 do 65 godina ovako je odgovorilo 50% muškaraca i 80% žena, a u grupi preko 66 godina 100% kako muških, tako i ženskih ispitanika.

Kada je reč o ispitanicima koji smatraju da su navedena pitanja gnjavaža, oni su najbrojniji u grupi žena od 26 do 35 godina (čak 42.86%) i muškaraca od 56 do 65 godina (41.67%), a zatim u nešto manjem procentu u grupama žena od 46 do 55 godina (33.33%) i u grupama muškaraca od 26 do 35 godina (37.5%), od 36 do 45 godina (29.17%) i muškaraca do 25 godina (29.41%). Kao što se vidi u tabeli, češće je da muškarci ne vole da odgovaraju na ovakva pitanja, što se može protumačiti kao *enryo* u izražavanju sopstvenih želja. Isto tako možemo primetiti da mlađi muškarci smatraju da su ova pitanja neprijatna. Međutim, interesantno je da je grupa žena, koja je kod nekih drugih pitanja pokazala veoma nizak stepen *enryo*, ovde pokazala nešto tradicionalniji način razmišljanja. Naime, čak 42.86% žena od 26 do 35 godina je reklo da ova pitanja smatra gnjavažom, to jest, ne želi da precizno objašnjava kakvo piće želi i u kakvoj čaši. Takođe primećujemo da je među ispitanicima srednjih godina (muškarci 36-45 godina 62.5%, žene 36-45 godina 62.5%, muškarci 46-55 godina 81.82%, žene 46-55 godina 64.7%) visok procenat ispitanika koji smatraju da su ova pitanja ljubazna.

Možemo zaključiti da se kada je reč o izražavanju sopstvenih želja, situacija drastično promenila u odnosu na osamdesete godine prošlog veka. Naime, uprkos tome što istraživanja iz osamdesetih ukazuju na to da je *enryo* uobičajen u situacijama kada se od nas traži da se izjasnimo šta bismo popili ili pojeli, činjenica je da u našoj anketi ispitanici koji smatraju da su ovakva pitanja gnjavaža ili nepristojna ipak nisu u većini. Štaviše, ispitanici srednjih godina su u najvećem broju slučajeva rekli da smatraju ovakva pitanja ljubaznim. Stoga se može reći da se društvo uveliko kreće iz pravca neverbalnih nagoveštaja u pravcu verbalizacije sopstvenih želja.

Tabela 14.

| Godine i pol | Ljubazno je | Nepristojno je | Gnjavaža je | Ostalo |
|--------------|-------------|----------------|-------------|--------|
| M do 25      | 64.71%      | 2.94%          | 29.41%      | 2.94%  |
| Ž do 25      | 79.41%      |                | 17.65%      | 2.94%  |
| M 26-35      | 62.35%      |                | 37.5%       |        |
| Ž 26-35      | 57.14%      |                | 42.86%      |        |

|         |        |       |        |       |
|---------|--------|-------|--------|-------|
| M 36-45 | 62.5%  | 4.17% | 29.17% | 4.17% |
| Ž 36-45 | 81.82% |       | 18.18% |       |
| M 46-55 | 81.82% |       | 18.18% |       |
| Ž 46-55 | 64.7%  |       | 33.33% | 1.96% |
| M 56-65 | 50%    |       | 41.67% | 7.69% |
| Ž 56-65 | 80%    | 5%    | 10%    | 5%    |
| M 66+   | 100%   |       |        |       |
| Ž 66+   | 100%   |       |        |       |

Procenat onih sa najvišim stepenom enryo, koji su rekli da je ovo pitanje nepristojno, je vrlo nizak. Ovaj odgovor javio se samo kod 2.94% muškaraca do 25 godina, 4.17% muškaraca od 36 do 45 godina i kod 5% žena od 56 do 65 godina.

Iz ovakvog rezultata vidi se da se povećava broj Japanaca koji je spreman da izrazi svoje želje i da se u sferi gostoprimstva navike menjaju, a *enryo* polako smanjuje. Doduše, pitanje šta bi naši ispitanici odgovorili, odnosno, koliko bi bili konkretni u izražavanju sopstvenih želja, ostaje neodgovoreno. Ipak, bez obzira na to, verovatna tendencija je da će se sve manje očekivati da domaćin sam predviđa šta gost voli, kao i da će gost biti spremniji da se izjasni o tome šta voli, a šta ne.

#### 4.3.6. ENRYO U KOMUNIKACIJI SA NEPOZNATIMA

Naredna tri pitanja obrađuju situacije u komunikaciji sa nepoznatima. Zanimalo nas je koliko će u tri različite situacije naši ispitanici komunicirati sa nepoznatom osobom, kao i, u nekim slučajevima, da li će ta komunikacija biti verbalna ili neverbalna.

##### POMOĆ NEPOZNATE OSOBE

Deseto pitanje bilo je: **Ako imate problem, da li prihvatate pomoć nepoznate osobe?**

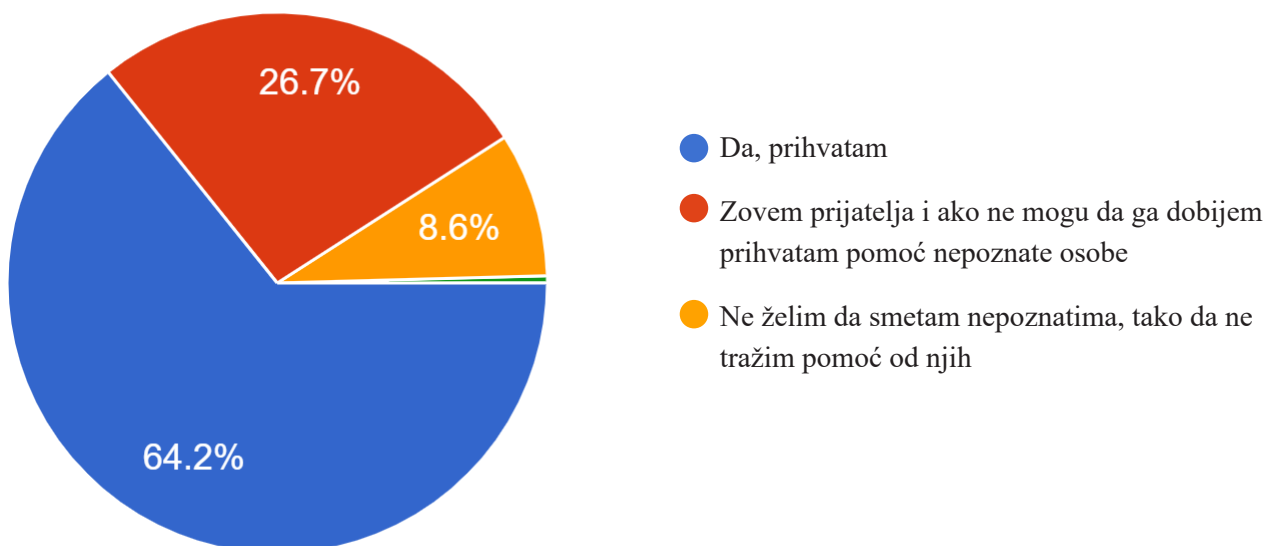
- Da, prihvatam
- Zovem prijatelja i ako ne mogu da ga dobijem prihvatam pomoć nepoznate osobe
- Ne želim da smetam nepoznatima, tako da ne tražim pomoć od njih

Za Japance nije uobičajeno da slobodno komuniciraju sa nepoznatima, i čak bismo rekli da kod mnogih Japanaca postoji izvesna nelagodnost pri obraćanju nepoznatima, jer je takva komunikacija izvan njihove zone komfora. Sa druge strane, uobičajeno je da su veoma vezani za grupu kojoj pripadaju - univerzitet, kompaniju i slično. Osoba iz drugog sveta kao da ne postoji i to je vrlo specifično za japansko društvo. Neka istraživanja na temu individualizma i kolektivizma, sprovedena osamdesetih godina, pokazala su da Japanci mnogo manje komuniciraju sa osobama koje ne pripadaju njihovoj grupi (Gudykunst & Nishida, 1984; Gudykunst, Nishida, & Schmidt, 1989; Gudykunst, Yoon, & Nishida, 1987).

Ovaj kontakt sa nepoznatima je takođe donekle tema naredna dva pitanja, jer nas je zanimalo u kojoj meri postoji zid između nepoznatih kada se recimo, izgube u gradu ili im neko sedne na torbu. Definitivno je da u ovoj azijskoj kulturi postoji zid prema nepoznatima i ljudi su pre svega usmereni na svoju grupu, odnosno svoj “svet” i nije uobičajena komunikacija sa ljudima koji ne pripadaju tom svetu.

Ovo pitanje odnosilo se pre svega na to da li će se obratiti nepoznatoj osobi, nekome ko “nije iz njihovog sveta”, za pomoć. U ovom slučaju, odgovor “da, prihvatam” odražavao bi najniži stepen enryo, a odgovor “zovem prijatelja i ako ne mogu da ga dobijem, prihvatam pomoć nepoznate osobe” bi odražavao nešto viši stepen enryo. Odgovor “ne želim da smetam nepoznatima, tako da ne tražim pomoć od njih” izražavao bi najviši stepen enryo.

S obzirom na ovakvu situaciju u društvu, donekle su nas iznenadili odgovori naših ispitanika (Grafikon 10). Naime, 64.2% anketiranih je reklo da bi tražilo pomoć nepoznate osobe, dok je 26.7% reklo da bi prvo zvalo prijatelja, a ako ne može da ga nađe pitalo bi nepoznatog. Dakle, 26.7% bi oklevalo u toj situaciji, ali bi na kraju ipak tražilo pomoć.



Grafikon 10.

Tabela 15.

| Pol i godine | Prihvatam | Zovem prijatelja a ako ne odgovori, prihvatam | Ne želim da smetam nepoznatima, tako da ne tražim pomoć od njih | Ostalo |
|--------------|-----------|---|---|--------|
| M do 25      | 64.71%    | 35.29%  | 5.88%   |        |
| Ž do 25      | 47.06%    | 52.94%  |   |        |
| M 26-35      | 81.25%    | 12.50%  | 6.67%   |        |
| Ž 26-35      | 57.14%    | 28.57%  | 14.29%  |        |
| M 36-45      | 75%       | 16.67%  | 8.33%   |        |
| Ž 36-45      | 54.55%    | 36.36%  | 9.09%   |        |
| M 46-55      | 54.55%    | 27.27%  | 18.18%  |        |
| Ž 46-55      | 72.55%    | 17.65%  | 9.80%   |        |
| M 56-65      | 83.33%    | 8.33%   | 8.33%   |        |
| Ž 56-65      | 55%       | 25%   | 20%   |        |
| M 66+        | 100%      |   |   |        |
| Ž 66+        | 100%      |   |   |        |

S obzirom na to da je veliki broj anketiranih odgovorio da sve zavisi od situacije, po svoj prilici ovo pitanje nije bilo do kraja jasno. Jedan ispitanik je prokomentarisao: “Pitao bih ako se izgubim, ali ne bih tražio novac od nepoznate osobe!”

Ipak, u ovom pitanju smo tako postavili situaciju da ispitanik na neki način mora da se obrati nepoznatom jer drugi izlaz ne postoji. Određeni broj ispitanika (oko 26.7%) je rekao da bi prvo pokušalo da dođe do poznate osobe koja bi im pomogla, a da bi se obratilo nepoznatom samo ako ne postoji drugo rešenje. Takođe, 8.6% je reklo da se nikako ne bi obratilo nepoznatom jer “nema smisla”, pa tako procenat onih koji bi oklevao iznosi ukupno 35.3%. Smatramo da ovakav rezultat ukazuje na određenu “izolovanost” od nepoznatih, ljudi koji pripadaju nekom “drugom svetu”, iako smo očekivali da taj broj bude još veći.

Kada je reč o prihvatanju pomoći od nepoznate osobe koja ne pripada našem krugu prijatelja i poznanika, zabeležili smo drastične razlike između muškaraca i žena. U grupi do 25 godina procenat muškaraca koji prihvata pomoć je 64.71%, dok je procenat žena koje su dale isti odgovor

svega 47.06%. Naime, žene bi se radije oslonile na pomoć prijatelja i prihvatilo pomoć nepoznate osobe samo ukoliko niko drugi ne može da im pomogne. U grupi od 26 do 35 godina ponovo je bilo drastično više muškaraca koji bi prihvatili pomoć nepoznatog (81.25%) nego žena (57.14%). Slična situacija je i u narednoj starosnoj grupi, gde bi 75% muškaraca prihvatilo pomoć nasuprot svega 54.55% žena. Sa druge strane, u grupi od 46 do 55 godina je potpuno suprotna situacija. Naime, dok bi 72.55% žena prihvatilo pomoć nepoznatog, među muškarcima je taj procenat svega 54.55%. Ovu grupu možemo smatrati izuzetkom. U narednoj grupi, od 56 do 65 godina, ponovo je bilo daleko više muškaraca koji bi prihvatili pomoć nepoznatog, čak 83.33% nasuprot svega 55% žena. Interesantno je da su u grupama preko 66 godina svi ispitanici rekli da bi prihvatili pomoć nepoznate osobe.

Da pogledamo sada grupe gde je ne tako mali broj ispitanika koji su rekli da bi odbili pomoć. To su grupa žena od 26 do 35 godina (14.29%), žena od 56 do 65 godina (20%) i muškaraca od 46 do 55 godina (18.18%).

Kao što vidimo, u većini slučajeva muškarci su spremniji da prihvate pomoć nepoznate osobe i imaju manji stepen *enryo*. Izuzetak je jedino grupa muškaraca od 46 do 55 godina, gde je čak 18.18% ispitanika odgovorilo da ne bi prihvatilo pomoć nepoznatog! Procenat ispitanika koji su dali ovaj odgovor je čak veći nego u grupi žena od 26 do 35 godina, gde iznosi 14.29%.

Razlozi za odbijanje pomoći mogu biti različiti: naši ispitanici možda ne žele da se nameću ili prouzrokuju neprijatnost nepoznatome, što su svakako pokazatelji *enryo*. Međutim, moguće je da razlog u izvesnim slučajevima leži u strahu od nepoznatih, kao i u sopstvenoj bezbednosti. Ovi razlozi nisu vezani za *enryo*.

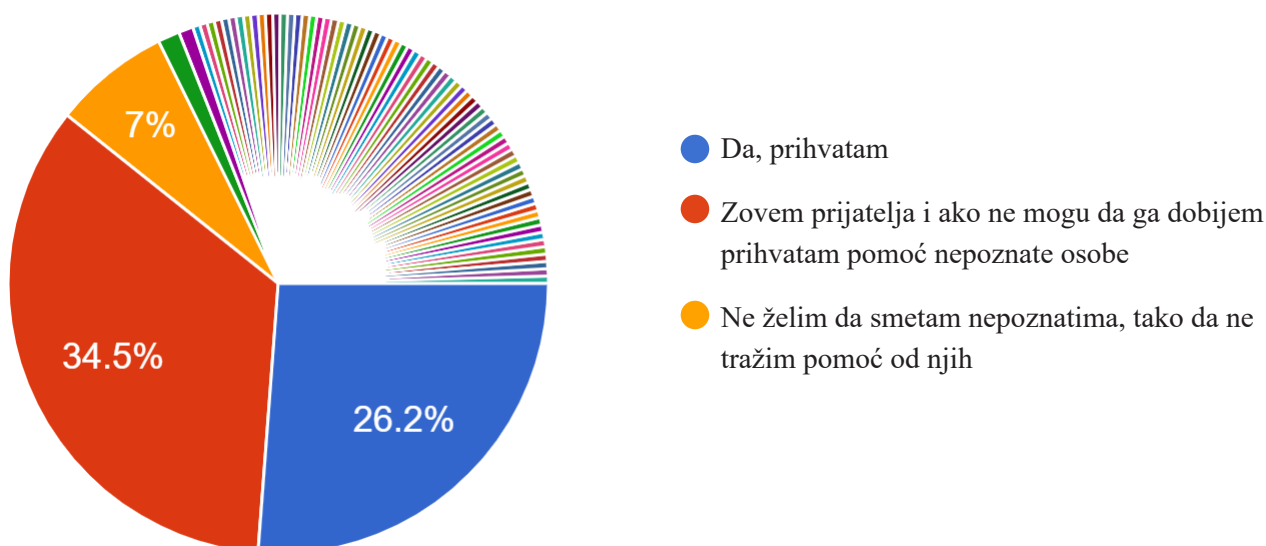
Ovaj kontakt sa nepoznatima je takođe donekle tema naredna dva pitanja, jer nas je zanimalo u kojoj meri postoji zid između nepoznatih kada im recimo, neko sedne na torbu ili kada vide da je nekome otvorena torba. Definitivno je da u ovoj azijskoj kulturi postoji zid prema nepoznatima i ljudi su pre svega usmereni na svoju grupu, odnosno svoj "svet" i nije uobičajena komunikacija sa ljudima koji ne pripadaju tom svetu.

## ENRYO U REAGOVANJU NA SMETNJU

Jedanaesto pitanje: **Neko vam je seo na torbu. Kako reagujete?**

- Otvoreno se požalim
- Skrećem mu pažnju neverbalnim znacima i nadam se da će primetiti
- Ne žalim se
- Drugo

Ovim pitanjem želeli smo da utvrdimo da li će ispitanici reagovati na neku smetnju, kao i da li će reagovati direktno ili indirektno. Ponuđeni odgovori nude mogućnost verbalne i neverbalne reakcije. Odgovor "otvoreno se požalim" odražavao bi najviši stepen *enryo*, dok bi odgovor "ne žalim se" odražavao najniži stepen. Odgovor "skrećem mu pažnju neverbalnim znacima i nadam se da će primetiti" odražavao bi umeren stepen *enryo*. Smatramo da bi se za ovu opciju odlučili oni ispitanici koji se zbog *enryo* neće otvoreno žaliti, ali će istovremeno diskretnim, neverbalnim signalima pokušati da stave do znanja nepoznatoj osobi da im sedi na torbi. Da pogledamo kako izgleda presek odgovora naših ispitanika (Grafikon 11.).



Grafikon 11.

U ovoj situaciji imamo 34.5% ispitanika koji bi se nadali da će osoba sama primetiti i 7% koji se ne bi žalili. Stoga možemo reći da je procenat onih koji se ne bi žalili niti izjasnili prilično visok i iznosi 41.5%. Dakle, kada je reč o obraćanju nekome ko nam smeta, neosporno je da procenat *enryo* među našim ispitanicima nije zanemarljiv.

26.2% ispitanika je reklo da bi se otvoreno požalilo, a 32.3% se odlučilo za opciju “drugo”, gde je najčešći odgovor bio da se ne bi oštro obratili, ali bi pokušali da bez drame, učtivo skrenu pažnju toj osobi. Kada saberemo ove dve grupe, vidimo da bi se nešto iznad 50% ispitanika ipak na neki način izjasnilo, odnosno, da nešto više od polovine ima relativno nizak stepen *enryo*. Za 26.2% koji bi se otvoreno požalili zaključujemo da u ovom slučaju nemaju *enryo*.

Dodali bismo da u situacijama gde je pomalo neprijatno otvoreno se požaliti na nešto neverbalna komunikacija igra značajnu ulogu. Kao i u situaciji gde pojedinac gleda da li ostali neverbalnim signalima pokazuju da im je hladno (skrštene ruke, oblačenje jakne, korišćenje ćebeta), i ovde se pažljivim posmatranjem lako može utvrditi da nešto nije u redu. Stoga se može reći da Japanci često ne komuniciraju otvoreno i verbalno, već posredno i neverbalno. Podela prema polu i godinama prikazana je u Tabeli 16.

Tabela 16.

| Pol i godine | Otvoreno se požalim | Neverbalnim znacima skrećem pažnju | Ne žalim se | Zavisi | Ostalo |
|--------------|---------------------|------------------------------------|-------------|--------|--------|
| M do 25      | 67.64               | 17.65%                             | 14.71%      |        |        |
| Ž do 25      | 29.41%              | 55.88%                             | 14.71%      |        |        |

|         |        |        |       |       |       |
|---------|--------|--------|-------|-------|-------|
| M 26-35 | 50%    | 43.75% |       | 6.67% |       |
| Ž 26-35 | 42.86% | 57.14% |       |       |       |
| M 36-45 | 66.67% | 16.67% | 8.33% | 4.17% | 4.17% |
| Ž 36-45 | 63.64% | 27.27% | 9.09% |       |       |
| M 46-55 | 80%    | 20%    |       |       |       |
| Ž 46-55 | 74%    | 22%    | 4%    |       |       |
| M 56-65 | 50%    | 50%    |       |       |       |
| Ž 56-65 | 35%    | 60%    | 5%    |       |       |
| M 66+   | 66.67% | 33.33% |       |       |       |
| Ž 66+   | 100%   |        |       |       |       |

Primećujemo da je najmanji broj onih koji bi se žalili u grupi žena do 25 godina - svega 29.%, dok je u procenat muškaraca istih godina koji su dali ovaj odgovor čak 67.64%! Procenat žena koje bi se požalile relativno je nizak i u grupi od 56 do 65 godina - svega 35%, dok je procenat muškaraca u istoj grupi 50%. Isto se može reći i za grupu od 26 do 35 godina, gde je 42.86% žena reklo da bi se otvoreno požalilo, a isti odgovor dalo je 50% muškaraca. U svim starosnim grupama bilo je manje žena koje su rekle da bi se žalile nego muškaraca. Jedini izuzetak je grupa žena preko 65 godina, gde bi se 100% žena i 66.67% muškaraca koji su odgovorili na ovo pitanje požalilo. Međutim, moramo napomenuti da je broj žena preko 65 godina koje su učestvovala u anketi relativno mali, kao i da nisu sve ispitanice dale odgovor na ovo pitanje.

Procenat onih koji su rekli da se ne bi žalili je najviši u najmlađoj grupi i iznosi 14.71% kako kod muškaraca, tako i kod žena. U ostalim starosnim grupama uglavnom je mali broj žena davao ovaj odgovor (9.09% u grupi od 36 do 45 godina, 4% u grupi do 55 godina i 5% u grupi od 56 do 65 godina). Ovaj odgovor se javio u još jednoj grupi muškaraca - od 36 do 45 godina - i to u 8.33%.

Razlozi za to da se ne obratimo osobi koja nam sedi na torbi mogu biti kako *enryo*, tako i oklevanje da se obratimo osobi koja ne pripada našoj "grupi" ili strah od konfrontacije. Poslednji razlog može biti objašnjenje činjenice da je mnogo manje žena nego muškaraca reklo da bi se otvoreno obratilo osobi koja im sedi na torbi. S obzirom na to da je veliki broj ispitanika rekao da bi dao indirektna, neverbalna znaka u nadi da će se osoba pomeriti, smatramo da u ovom slučaju *enryo* igra značajnu ulogu u ponašanju ispitanika. Ovo je dobar primer manifestacije *enryo* u neverbalnoj komunikaciji.

Međutim, procenat ispitanika, naročito muškaraca, koji je rekao da bi se otvoreno požalili, je veći nego što smo očekivali. Stoga bismo zaključili da se japansko društvo menja u ovom pogledu i da se sa diskretnih, neverbalnih signala prelazi na otvorenu, verbalnu komunikaciju.



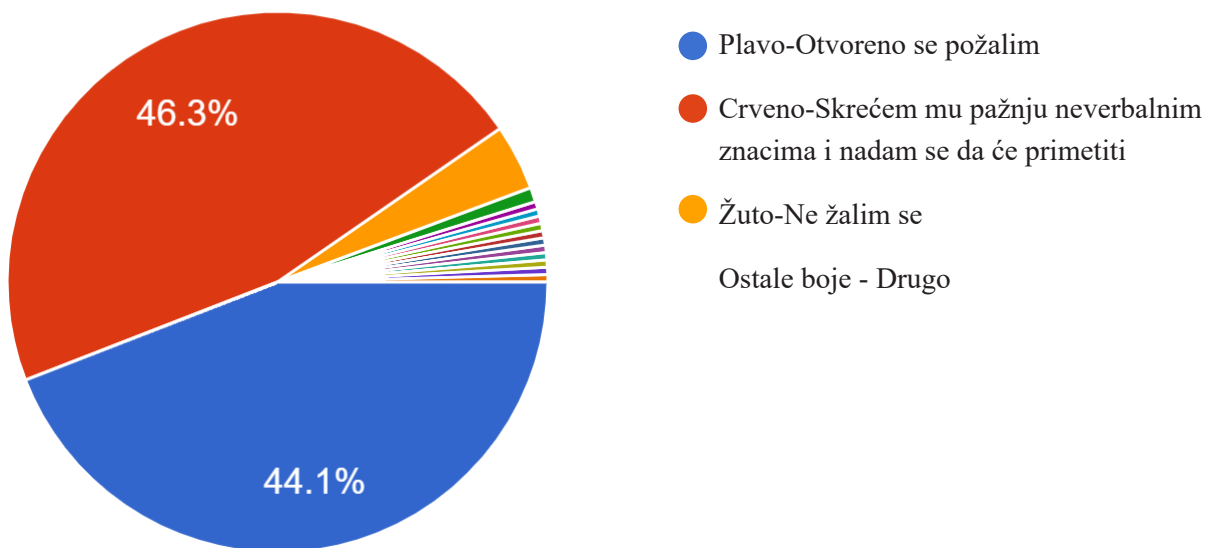
## POMOĆ NEPOZNATOJ OSOBI

Dvanaesto pitanje bilo je: **Ako vidite osobu kojoj je otvorena torba, da li joj skrenete pažnju?**

- Da
- Ne govorim ništa nepoznatoj osobi
- Ne govorim ništa jer ne želim neprijatnu situaciju
- Drugo

Ovo je još jedna situacija gde se postavlja pitanje da li bi naši ispitanici komunicirali sa nepoznatom osobom. Međutim, u ovom slučaju nam ništa nije potrebno, već želimo da skrenemo toj osobi pažnju da joj je torba otvorena. Razlog koji nas može navesti na to da se obratimo osobi je svakako *omoiyari*, dok je razlog da se ne obratimo *enryo* i oklevanje da komuniciramo sa nepoznatima. Odgovor “da” odražavao bi najviši stepen *omoiyari*. Odgovor “ne govorim ništa nepoznatoj osobi” odražavao bi *enryo* i oklevanje da komuniciramo sa drugim grupama, dok bi odgovor “ne govorim ništa jer ne želim neprijatnu situaciju” odražavao *enryo* prouzrokovan brigom da se o nama ne misli nešto loše.

Mišljenja naših ispitanika su bila podeljena. 44.1% je odgovorilo da bi toj osobi skrenulo pažnju, dok drugih 46.3% ne bi ništa uradilo. 3.9% je reklo da ne želi da dođe u neprijatnu situaciju, a 5.7% se odlučilo za “drugo”. Neki muški ispitanici su spontano prokomentarisali da mlađoj ženskoj osobi ne bi ukazali na to da ta osoba ne bi to protumačila kao neki oblik udvaranja. Pregled odgovora naših ispitanika prikazan je u Grafikonu 12.



Grafikon 12.

Bez obzira na podeljenost mišljenja, moramo приметiti da se ljudi u Japanu sve ređe obraćaju nepoznatima. Naime, zbog prisustva mobilnih telefona sa GPS sistemom broj ljudi koji pitaju gde je neka zgrada ili ulica je praktično sveden na minimum, a u vozovima postoji automat koji najavljuje naredne stanice i mesta presedanja na druge linije, tako da niko nepoznatima ne postavlja pitanja vezana za to. Najverovatnija tendencija u japanskom društvu je da će većina biti sve manje raspoložena da se obrate nepoznatoj osobi iz bilo kog razloga. Odgovori oba pola i različitih godina prikazani su u Tabeli 17.

Primećuje se ogromna razlika u odgovorima mlađe i starije populacije. Naime, dok je u grupi do 25 godina svega 35% muškaraca i 38% žena odgovorilo da bi reklo nepoznatoj osobi da joj je otvorena torba, među starijim ispitanicima taj broj je i dvostruko veći! Napomenuli smo da su ispitanici preko 65 godina bez izuzetka dali ovaj odgovor, ali moramo uzeti u obzir da su ovo najmalobrojniji učesnici ankete, te se njihovi odgovori moraju uzeti sa izvesnom rezervom i ne moraju biti relevantan pokazatelj situacije u društvu. Ipak, moramo primetiti da se ovde kod mlađe populacije primećuje mnogo viši stepen enryo nego kod starijih.

Tabela 17.

| Pol i godine | Da   | Ne govorim ništa nepoznatima | Ne, jer ne želim neprijatnosti | Zavisi |
|--------------|------|------------------------------|--------------------------------|--------|
| M do 25      | 35%  | 59%                          | 6%                             |        |
| Ž do 25      | 38%  | 62%                          | 9%                             |        |
| M 26-35      | 43%  | 50%                          | 6%                             |        |
| Ž 26-35      | 36%  | 57%                          |                                | 7%     |
| M 36-45      | 43%  | 52%                          | 4%                             |        |
| Ž 36-45      | 64%  | 27%                          |                                | 9%     |
| M 46-55      | 73%  | 18%                          |                                | 9%     |
| Ž 46-55      | 44%  | 51%                          |                                | 4%     |
| M 56-65      | 67%  | 17%                          | 8%                             | 8%     |
| Ž 56-65      | 65%  | 30%                          | 5%                             |        |
| M 66+        | 100% |                              |                                |        |
| Ž 66+        | 100% |                              |                                |        |

Može se reći da je u svim grupama bilo onih koji su spremni da kažu nepoznatima da im je otvorena torba, ali u mlađim grupama oni nisu u većini. Tako je u grupi do 25 godina 35% muškaraca i 38% žena bilo spremno da skrene pažnju nepoznatom, dok je u grupi od 26 do 35 godina taj procenat iznosio 36% kod žena i 43% kod muškaraca. Među ispitanicima srednjih godina taj procenat raste, pa je tako isti odgovor u grupi od 36 do 45 godina dalo 43% muškaraca i 64% žena. U grupi od 46 do 55 godina taj odgovor je dalo 44% žena i čak 73% muškaraca. Može se reći da je u nekim grupama bilo daleko više žena koje su dale ovaj odgovor, a u nekim više muškaraca, ali nije zabeležena nikakva definitivna tendencija. Kada je reč o starijim ispitanicima, ovaj odgovor

je u grupi od 56 do 65 godina dalo 67% muškaraca i 65% žena, a u najstarijoj grupi to je čak 100% ispitanika.

S druge strane, u velikom broju grupa većina je odgovorila da ništa ne govori nepoznatima. Taj odgovor je dalo 59% muškaraca i 62% žena u grupi do 25 godina, kao i 50% muškaraca i 57% žena u grupi od 26 do 35 godina. Takođe, u grupi od 36 do 45 godina 52% žena je dalo ovaj odgovor, ali je broj muškaraca koji su dali isti odgovor daleko manji - svega 27%. Nasuprot tome, u trupi od 46 do 55 godina bio je dalkeo više žena koje se ne obraćaju nepoznatima - čak 51% nasuprot svega 18% muškaraca! U starijim grupama ovaj odgovor je bilo daleko manje popularan i zabeležen je kod svega 30% žena i 17% muškaraca. U grupi preko 66 godina ni jedan ispitanik se nije odlučio za ovaj odgovor.

Procenat onih koji su rekli da ne žele neprijatnosti je relativno nizak u svim grupama. Stoga bismo zaključili da razlog što se ne obačaju nepoznatima nije da bi izbegli neprijatnosti ili mogući konflikt, već pre svega to što nisu navikli da komuniciraju sa osobama izvan svog kruga. To je naročito slučaj među ispitanicima do 25 i od 26 do 35 godina, gde je u svim grupama bar 50% ispitanih reklo da se ne obraća nepoznatima. Nakon 36 godina odgovori su promenljivi, ali još uvek postoji veliki broj onih koji se ne obraća nepoznatima u grupi muškaraca od 36 do 45 godina (52%) i žena od 46 do 55 godina (51%). Starije generacije bile su daleko spremnije da se obrate nepoznatima.

Dodali bismo da su odgovori na ovo pitanje još jedan pokazatelj da se mlađe generacije sve manje obraćaju nepoznatim ljudima i da će ova tendencija najverovatnije biti sve izraženija u japanskom društvu.

#### 4.3.7. ENRYO U KOMUNIKACIJI SA BLISKIM OSOBAMA

U narednom delu istraživanja nastojali smo da ispitamo da li i u kojoj meri postoji enryo u komunikaciji naših ispitanika sa osobama koje pripadaju njihovom krugu, odnosno grupi. Naime, interesovalo nas je koji stepen bliskosti u neverbalnoj komunikaciji će ispitanici imati u pozdravljanju sa roditeljima, kao i koji će biti stepen enryo u komunikaciji sa starim prijateljem, ukoliko ga sretnu u vozu gde je poželjno biti tih.

#### ENRYO U POZDRAVLJANJU SA ČLANOVIMA PORODICE

Odabrali smo situaciju pozdravljanja sa roditeljima kako bismo videli koji je stepen fizičke bliskosti u komunikaciji, kao i da li i u kojoj meri u ovom vidu neverbalne komunikacije postoji enryo. Kao jedan od oblika pozdrava koji uključuje fizički dodir, naveli smo zagrljaj kao opciju. Budući da rukovanje nije uobičajen pozdrav u Japanu, ovaj odgovor nismo ponudili, ali smo ostavili opciju “drugo” ukoliko se pojavi neki odgovor koji nije među ponuđenima. Takođe, u prvobitnom, probnom delu istraživanja, spontano se pojavio odgovor “ništa ne radim” jer su neki ispitanici rekli da ima ljudi koji prilikom pozdrava ništa ne rade. Da pogledamo kako izgledaju odgovori naših ispitanika.

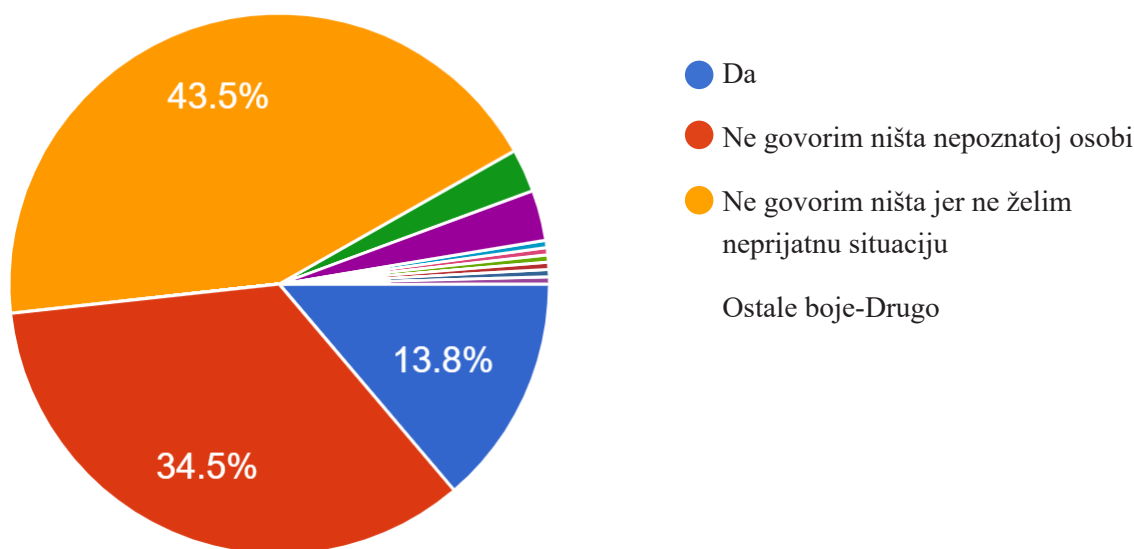
Naredno, trinaesto pitanje u anketi, glasilo je: **Rastajete se sa roditeljima i nećete ih videti neko vreme. Kako se pozdravljate?**

- Zagrljajem
- Mahanjem rukom
- Naklonom
- Razmenimo par reči na rastanku

- Ništa ne radim
- Drugo

Ovim pitanjem želeli smo da utvrdimo stepen fizičke bliskosti sa članovima porodice. U japanskoj kulturi dodir je mnogo ređi u komunikaciji nego, recimo, u Evropi. Smatrali smo da bi ova tema bila interesantna Srbima, u čijoj je kulturi uobičajen poljubac tri puta u obraz kada se pozdravljaju sa članovima uže i šire porodice, a često i sa prijateljima i poznanicima. Ukoliko se ne pozdravljaju poljupcem u obraz, uobičajeno je rukovanje, koje je u Japanu i dan danas relativno retko. Znajući da je uobičajeno da u detinjstvu roditelji grle decu, želeli smo da utvrdimo koliko se zagrljaj kao oblik neverbalne komunikacije zadržava u odraslom dobu, a koliko često i u kojoj meri ga zamenjuje *enryo*.

Smatramo da je odgovor “ništa ne radim” svakako pokazatelj najvišeg stepena *enryo*. Za njim bi sledili naklon, verbalni pozdrav i mahanje rukom, koji zbog fizičke udaljenosti svakako podrazumevaju izvestan stepen *enryo*, naročito kada je reč o pozdravljanju sa bliskim osobama. Zagrljaj je najprisniji od navedenih pozdrava i smatramo da ponašanje ispitanika koji grle roditelje karakteriše najniži stepen *enryo*. Napomenuli bismo da, iako su zagrljaj, naklon i mahanje tri oblika neverbalne komunikacije, stepen *enryo* u ovim oblicima pozdrava nije isti. Naime, kada je reč o fizičkom dodiru, rekli bismo da je ovde neverbalni pozdrav zagrljajem manifestacija niskog stepena *enryo*, dok su naklon, mahanje i sl, zbog fizičke udaljenosti manifestacija izraženog stepena *enryo*.



Grafikon 13.

Da pogledamo generalni pregled odgovora naših ispitanika (Grafikon 13). Najveći deo ispitanika (43.5%) odgovorilo je da se pozdravljaju samo verbalno, dok je 34.5% odgovorilo da mahne roditeljima. Kao što smo naveli, oba oblika pozdrava karakteriše visok stepen *enryo*. Tek je 13.8% je odgovorilo da se pozdravljaju zagrljajem, pozdravom koji karakteriše najniži stepen *enryo*. Ovo je dobar pokazatelj da je u Japanu dodir izrazito tabuisan, čak i u porodici. Dodali bismo da je svega 3% anketiranih odgovorilo je da se pozdravljaju naklonom, što ukazuje na to da se ovaj oblik pozdravljanja sve više vezuje za situacije van kruga porodice. Neki ispitanici su prokomentarisali da je vrlo važan sadržaj reči koje se razmene na rastanku, i da te reči mogu biti mnogo prisnije od mahanja rukom ili, čak, zagrljaja. Za opciju “ništa ne radim” odlučilo se 2.6% ispitanika, a za “drugo” svega 2.6% ispitanika. Neki od odgovora su u okviru poslednje opcije bili su: grlim majku i mahnem ocu, rukujem se i dr.124

Čak ni u krugu najbližih zagrljaj nije česta pojava i na osnovu toga možemo videti da je kultura nedodirivanja i dalje uvrežena u japanskom društvu i da enryo u ovoj sferi neverbalne komunikacije najsporije iščezava. Podela ispitanika po godinama i polu prikazana je u Tabeli 18.

Tabela 18.

| Godine i pol | Verbalno | Zagrljaj | Mahanje | Naklon | Ništa | Rukovanje | Ostalo |
|--------------|----------|----------|---------|--------|-------|-----------|--------|
| M do 25      | 47%      | 12%      | 29%     | 3%     | 6%    | 3%        |        |
| Ž do 25      | 44%      | 21%      | 32%     |        | 3%    |           |        |
| M 26-35      | 62%      | 6%       | 19%     | 6%     |       | 6%        |        |
| Ž 26-35      | 36%      | 7%       | 50%     |        |       |           | 7%     |
| M 36-45      | 49%      | 9%       | 30%     | 4%     | 9%    |           |        |
| Ž 36-45      | 9%       | 9%       | 73%     |        | 9%    |           |        |
| M 46-55      | 41.67%   |          | 58.33%  |        |       |           |        |
| Ž 46-55      | 45%      | 10%      | 29.41%  | 1.96%  |       | 1.96%     | 1.96%  |
| M 56-65      | 66.67%   | 8.33%    | 16.67%  | 8.33%  |       |           |        |
| Ž 56-65      | 25%      | 25%      | 40%     | 10%    |       |           |        |
| M 66+        | 66.67%   |          | 33.33%  |        |       |           |        |
| Ž 66+        |          |          | 100%    |        |       |           |        |

Primećujemo da je naklon, kao tradicionalni japanski pozdrav i uobičajena pojava kako prilikom susreta i rastanka, tako i prilikom zahvaljivanja, izvinjavanja i slično, ovde veoma malo prisutan. Javlja se kod 10% žena od 56 do 65 godina (što je ujedno najviši procenat u čitavoj anketi) kao i kod 8.33% muškaraca od 56 do 65 godina, 6% muškaraca od 26 do 35 godina, a zatim i u vrlo malom procentu u grupama muškaraca do 25 godina (3%), muškaraca od 36 do 45 godina (4%) i žena od 46 do 55 godina (1.96%). Ovo nas navodi na zaključak da je naklon, iako je i dalje neizostavni deo japanske kulture, nešto manje prisutan u porodici, a verovatno i inače nešto manje zastupljen nego što je bio u prethodnim decenijama. Dodali bismo da je najviši procenat onih koji se naklonom pozdravljaju sa članovima porodice bio u grupi od 56 do 65 godina.

Zagrljaj nije tako česta pojava. Ovaj oblik pozdrava prisutan je pre svega kod mlađe populacije do 25 godina, i to kod oba pola, iako nešto više kod žena nego kod muškaraca (21% nasuprot 12%). U grupama od 35 do 55 godina nije naročito čest i ni u jednoj grupi ne ide iznad 10%. Kod muškaraca od 46 do 55 godina nijedan ispitanik nije rekao da se pozdravlja zagrljajem! Međutim, u grupi žena od 56 do 65 godina 25% anketiranih se odlučilo za ovaj pozdrav. Dakle, najveći broj ispitanika koji je odgovorio da bi zagrljao roditelje zabeležen je u grupi žena do 25 godina (21%) i od 56 do 65 godina (25%). Ovde ponovo uviđamo sličnost u odgovorima najmlađih i najstarijih ispitanica. Takođe, napomenuli bismo da zagrljaj nije tradicionalni japanski pozdrav, ali je ipak navođen češće nego naklon ili rukovanje.

Mahanje je često navođen vid pozdrava, i u većini grupa je zastupljeniji kod žena nego kod muškaraca. Ističu se grupe od 26 do 35 godina (50% žena nasuprot 19% muškaraca), od 36 do 45 godina (73% žena nasuprot 30% muškaraca), od 56 do 65 godina (40% žena nasuprot 16.67% muškaraca) i preko 65 godina (čak 100% žena naspram 33.33% muškaraca). U grupi do 25 godina rezultati su vrlo slični kod muških i ženskih ispitanika (29% muškaraca i 32% žena), a jedina grupa gde je bilo više muškaraca koji su se odlučili za ovu vrstu pozdrava je od 46 do 55 godina (58.33% muškaraca i svega 29.41% žena).

Verbalni pozdrav bio je nesumnjivo najzastupljeniji oblik pozdravljanja među našim ispitanicima. Primećujemo da su se muškarci nešto češće odlučivali za ovaj oblik pozdrava nego žene, što ukazuje na viši stepen enryo kod muškaraca kada je reč o komunikaciji dodirrom. Doduše, u dvema grupama nije bilo drastične razlike u odgovorima muškaraca i žena. U najmlađoj grupi za ovaj vid pozdrava se odlučilo 47% muškaraca i 44% žena. Slično tome, u grupi od 46 do 55 godina razlika dva pola nije tako velika (41.67% muškaraca i 45% žena). U ostalim grupama razlika je daleko izraženija. U grupi od 26 do 35 godina ova razlika je daleko veća - čak 62% muškaraca nasuprot 36% žena. U grupi od 36 do 45 godina verbalno se pozdravlja 49% muškaraca i svega 9% žena! U grupi od 55 do 65 godina za ovu opciju se odlučilo 66.67% muškaraca i svega 25% žena, a u najstarijoj grupi 66.67% muškaraca i iznenađujućih 0% žena! Iako u starijim grupama žena ovaj oblik pozdrava nije naročito popularan, na osnovu dobijenih odgovora zaključili bismo da je verbalno pozdravljanje daleko zastupljenije od svih neverbalnih oblika pozdravljanja.

Kao što smo videli, čak i kada je reč o pozdravljanju sa bliskim članovima porodice, telesni dodir i neverbalna komunikacija su relativno ograničeni. Naime, zagrljaj je prisutan kod preko 20% u svega dve grupe, i to samo među ženskom populacijom, a rukovanje samo među muškarcima od 25 do 35 godina prelazi 5%. U ostalim grupama procenat onih koji bi se rukovali sa roditeljima je gotovo zanemarljiv. Najčešći oblik neverbalnog pozdrava ja mahanje, koje je češće kod žena nego kod muškaraca.

Zaključili bismo da je najzastupljenije verbalno pozdravljanje, a u izvesnoj meri je prisutno i mahanje, i to uglavnom kod žena. Iako neverbalno pozdravljanje postoji, moramo primetiti da među ispitanicima nije široko rasprostranjen nijedan vid pozdrava koji uključuje fizički dodir. Naime, iako zagrljaj postoji kao oblik pozdrava, prisutan je samo u najmlađim i najstarijim grupama žena, dok je među ispitanicima srednjih godina i muškarcima daleko ređe zastupljen.

## ENRYO U KOMUNIKACIJI SA STARIM PRIJATELJEM NA JAVNOM MESTU

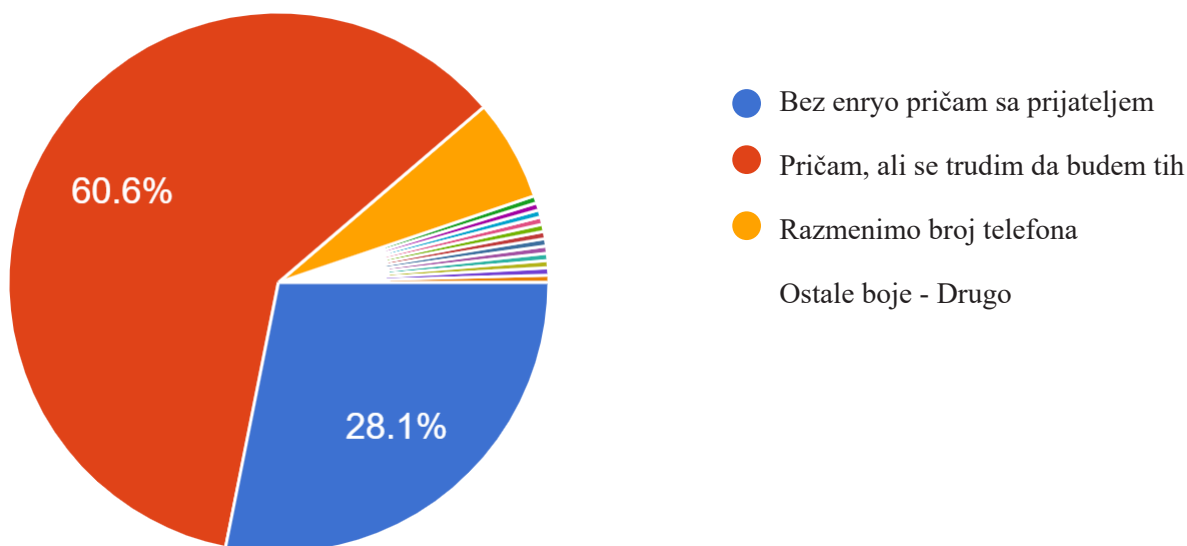
Naredno pitanje odnosilo se na situaciju kada ispitanici sreću prijatelja koga odavno nisu videli i žele s njim da razgovaraju, ali su na javnom mestu i nije poželjno da budu bučni. Naime, u japanskim vozovima zabranjeno je pričanje mobilnim telefonom, putnici se mole da stišaju ton muzike da ostali putnici ne bi slušali zvuk iz njihovih slušalica, a razgovor među putnicima je

najčešće tih. Kao što vidimo, ovo pitanje se ne odnosi direktno na neverbalnu komunikaciju, ali je postavljeno jer je u vozu verbalna komunikacija prilično ograničena. Stoga toga nas je zanimalo koliko će naši ispitanici imati enryo u situaciji kada vide starog prijatelja i žele sa njim opušteno da popričaju, ali su u vozu gde je poželjno biti tih.

Četrnaesto pitanje glasilo je: **U vozu srećete prijatelja koga odavno niste videli. Kako se ponašate?**

- Bez enryo pričam sa prijateljem
- Pričam, ali se trudim da budem tih
- Razmenimo broj telefona
- Drugo

Smatramo da su ispitanici čije ponašanje karakteriše nizak stepen enryo rekli da bi otvoreno pričali, a da ponašanje onih koji su rekli da bi tiho pričali karakteriše izvestan stepen *enryo*. Za odgovor “ne pričam” bio bi karakterističan najviši stepen enryo, a nešto manji stepen *enryo* bio bi odlika onih koji razmenjuju kontakt sa prijateljem. Grafikon 14. prikazuje pregled odgovora naših ispitanika.



Grafikon 14.

Ovo pitanje postavili smo kako bismo videli koliko je, zapravo, izražavanje pozitivnih emocija poželjno u kulturi gde je u vozu zabranjeno pričanje telefonom i putnici se mole da budu tihi i isključe zvono, a u blizini sedišta za povlašćene putnike potrebno je isključiti mobilni telefon. Čak 60.6% anketiranih je reklo da bi pričalo, ali bi se trudilo da budu tihi. 28.1% je odgovorilo da bi pričalo bez enryo, dok je manji broj (svega 6.1%) rekao da bi samo razmenilo brojeve telefona. Za opciju “drugo” odlučilo se 5.2% ispitanika, a neki od onih koji su dali ovaj odgovor su prokomentarisali da bi njihovo ponašanje zavisilo od bliskosti sa prijateljem. Ipak, kako se najveći broj ispitanika izjasnilo da bi se trudili da budu tihi, smatramo da je ovde enryo vrlo izražen. Podela po godinama i polu prikazana je u Tabeli 19.

Ispitanici koji su rekli da bi pričali bez *enryo* su u gotovo svim grupama brojniji među muškarcima. Tako je u grupi do 25 godina ovako odgovorilo 26.47% muškaraca naspram svega 8.82% žena, u grupi od 26 do 35 godina čak 43.75% muškaraca naspram 21.42% žena, u grupi od 36 do 45 godina 33.33% muškaraca i 0% žena, u grupi od 56 do 65 godina 41.67% muškaraca

i svega 21.05% žena, a u grupi preko 66 godina čak 100% muškaraca i 0% žena! Žene koje su ovako odgovorile bile su brojnije jedino u grupi od 46 do 55 godina (43.14% žena i 27.27% muškaraca). Pored toga što su se muškarci češće odlučivali za ovaj odgovor, primećujemo i da se među najmlađim ispitanicima on relativno retko javlja. To je naročito slučaj kod mlađih žena. Isto tako, nijedna žena u grupama od 36 do 45 i preko 66 godina nije dala ovaj odgovor.

Tabela 19.

| Godine i pol | Priča bez enryo | Priča ali tiho | Zavisi | Razmenjuje kontakt | Ne priča | Ostalo |
|--------------|-----------------|----------------|--------|--------------------|----------|--------|
| M do 25      | 26.47%          | 64.7%          | 2.94%  | 2.94%              | 2.94%    |        |
| Ž do 25      | 8.82%           | 79.41%         |        | 5.88%              | 5.88%    |        |
| M 26-35      | 43.75%          | 56.25%         |        |                    |          |        |
| Ž 26-35      | 21.42%          | 64.28%         | 7.14%  | 7.14%              |          |        |
| M 36-45      | 33.33%          | 54.17%         | 4.17%  | 4.17%              |          | 4.17%  |
| Ž 36-45      |                 | 90.09%         |        |                    |          | 9.09%  |
| M 46-55      | 27.27%          | 54.55%         |        | 18.18%             |          |        |
| Ž 46-55      | 43.14%          | 49.01%         | 1.96%  | 5.88%              |          |        |
| M 56-65      | 41.67%          | 58.33%         |        |                    |          |        |
| Ž 56-65      | 21.05%          | 57.09%         |        | 21.05%             |          |        |
| M +65        | 100%            |                |        |                    |          |        |
| Ž +65        |                 | 100%           |        |                    |          |        |

Žene su se daleko češće odlučivale za odgovor “tiho pričam”. U grupi do 25 godina za ovaj odgovor se odlučilo 79.41% žena i 64.7% muškaraca, u grupi od 26 do 35 godina 64.28% žena i 56.25% muškaraca, u grupi od 36 do 45 godina čak 90.09% žena i 54.17% muškaraca, a u grupi preko 66 godina čak 100% žena i 0% muškaraca! Odgovori su bili ujednačeni u grupama od 46 do 55 godina (54.55% muškaraca i 49.01% žena) i od 56 do 65 godina (58.33% muškaraca i 57.09% žena).

Ispitanici koji su rekli da ne pričaju su relativno retki i javljaju se samo u grupi do 25 godina, gde čine 2.94% muškaraca i 5.88% žena. Kada imamo u vidu da je u ovoj starosnoj grupi



bilo najmanje onih koji su rekli da bi pričali bez enryo, vidi se da je najmlađa grupa najmanje otvorena za verbalnu komunikaciju. To može značiti da je enryo kod mlađe populacije izraženiji nego kod starije.

Bilo je i onih koji su rekli da zavisi od stepena bliskosti da li će pričati sa starim prijateljem ili ne, kao i da li će mu se uopšte obratiti. Među ostalim odgovorima bilo je i onih koji su rekli da bi ignorisali starog prijatelja, što je najverovatnije rezultat pogrešnog tumačenja ovog pitanja.

Kao što se vidi u odgovorima naših ispitanika, mlađa populacija je daleko manje raspoložena da otvoreno priča sa starim prijateljem u vozu. To možemo objasniti izvesnim stepenom "stidljivosti" ili *enryo*. Takođe se može reći da žene, koje su uglavnom rekle da bi pričale tiho, pokazuju viši stepen enryo nego muškarci. Ubedljivo najmanji stepen enryo u ovom slučaju pokazali su muškarci preko 66 godina (iako zbog malog broja ispitanika njihove odgovore uzimamo uslovno, kao i muškarci od 26 do 35 i od 56 i do 65 godina. Veoma nizak stepen enryo takođe su pokazale i žene od 46 do 55 godina, koje su u visokom procentu odgovorile da pričaju bez enryo.

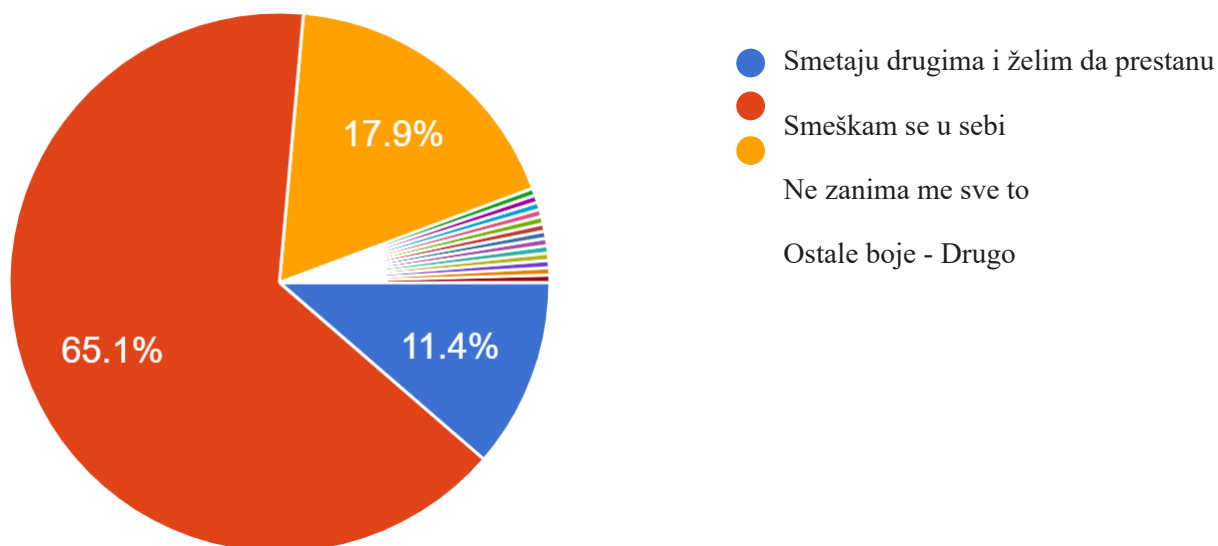
## ENRYO U POKAZIVANJU EMOCIJA NA JAVNOM MESTU

Najzad, poslednje, šesnaesto pitanje u našoj anketi ispituje stav naših ispitanika prema otvorenom pokazivanju pozitivnih emocija. Ono je glasilo: **Par pored vas je bučan. Ona je dobila poklon i oduševljena je. Šta mislite o tome?**

- Smetaju drugima i želim da prestanu
- Smeškam se u sebi
- Ne zanima me sve to
- Drugo

U japanskom društvu biti bučan nije pristojno i često se Japancima sugerije da budu tihi - kako u prevozu, tako i na nekim javnim mestima. Interesantno je da se u ovim situacijama koristi upravo izraz "goenryo kudasai". Zato nas je zanimalo šta će anketirani reći o svemu tome i koliko će smatrati da par treba da obuzda emocije.

Iako se ovo pitanje nije direktno odnosilo na ponašanje naših ispitanika, mišljenja smo da njihov stav u ovakvoj situaciji dosta govori o tome koliko je *enryo* bitan u njihovom sistemu vrednosti. Smatrali smo da će ispitanici koji visoko vrednuju *enryo* kao normu u ponašanju odgovoriti "smetaju drugima i želim da prestanu". Naime, ovi ispitanici smatraju da bi dotični par trebalo da se ponaša pristojnije, t.j. da ima *enryo*. Odgovor "smeškam se u sebi" ukazuje na daleko manji stepen *enryo*, dok odgovor "ne zanima me sve to" ukazuje ne na enryo, već na to da ne postoji potreba koju bi ispitanik potiskivao. Da pogledamo kako su odgovorili naši ispitanici (Grafikon 15.).



Grafikon 15.

Na naše iznenađenje, samo 11.4% odlučilo se za opciju “smetaju drugima i želim da prestanu”. 65.1% je odgovorilo “smeškam se u sebi”, dok je 17.9% reklo da ih sve to ne zanima.

Kada je reč o onima koji su se odlučili za “drugo” (ukupno 5.7% ispitanika), možemo reći da su se određeni odgovori pojavljivali češće od drugih. Tako su neki ispitanici rekli da im se takvo ponašanje ne dopada u slučaju da je previše bučno, ali da inače nemaju primedbi. Ovaj odgovor se više puta pojavio u anketi, tako da smo ga u tabeli naveli kao “zavisi”. Takođe, u grupi muškaraca od 26 do 35 godina, odnosno od 46 do 55 godina, spontano se pojavio slobodan odgovor “ljubomorani sam”, koji je takođe dodat u tabeli. Podela ispitanika prema godinama i polu prikazana je u Tabeli 20.

Tabela 20.

| Godine i pol | Smeškam se | Smetaju i želim da prestanu | Ne zanima me | Zavisi | Ostalo | Ljubomorani sam |
|--------------|------------|-----------------------------|--------------|--------|--------|-----------------|
| M do 25      | 62.86%     | 5.71%                       | 25.71%       | 2.85%  |        |                 |
| Ž do 25      | 57.58%     | 21.21%                      | 18.18%       | 3.03%  |        |                 |
| M 26-35      | 68.75%     | 6.25%                       | 18.75%       |        |        | 6.25%           |
| Ž 26-35      | 50%        | 28.57%                      | 21.34%       |        |        |                 |
| M 36-45      | 54.17%     | 8.33%                       | 33.33%       |        | 4.17%  |                 |
| Ž 36-45      | 70%        | 10%                         | 10%          | 10%    |        |                 |

|         |        |        |        |       |  |     |
|---------|--------|--------|--------|-------|--|-----|
| M 46-55 | 50%    | 10%    | 30%    |       |  | 10% |
| Ž 46-55 | 76%    | 12%    | 8%     | 4%    |  |     |
| M 56-65 | 58.33% | 16.67% | 25%    |       |  |     |
| Ž 56-65 | 78.95% | 15.79% |        | 5.26% |  |     |
| M +65   | 33.33% |        | 66.66% |       |  |     |
| Ž +65   | 100%   |        |        |       |  |     |

Ispitanici koji su odgovorili da se smeškaju (dakle, koji ne smatraju da treba obuzdavati radost i imati *enryo*) ubedljiva su većina u svim grupama žena preko 35 godina: 70% u grupi od 36 do 45 godina, 76% u grupi od 46 do 55 godina, 78.95% u grupi od 56 do 65 godina i čak 100% u grupi preko 66 godina. U dvema najmlađim grupama žena ovaj procenat je nešto niži: 57.58% u grupi do 25 godina i 50% u grupi od 26 do 35 godina. Može se reći da nešto starije žene sa odobravanjem gledaju na ovakvo ponašanje, dok su među mlađim ženama mišljenja podeljena. Ovo se može protumačiti kao oblik *enryo* kod mlađe ženske populacije.

Sa druge strane, kod muškaraca procenat onih koji su dali isti odgovor prelazi 60% jedino u grupi do 25 godina (62.86%) i od 26 do 35 godina (68.75%).

Kada je reč o onima kojima smeta glasno pokazivanje radosti, najviše ih je bilo u grupama žena do 25 godina (21.21%) i žena od 26 do 35 godina (28.57%). Nije zanemarljiv ni procenat ispitanika od 56 do 65 godina koji su dali ovaj odgovor (16.67% muškaraca i 15.79% žena. Zatim sledi grupa žena od 46 do 55 godina (12%), muškaraca od 46 do 55 godina (10%), žena od 36 do 45 godina (takođe 10%) i muškaraca istih godina (8.33%). U grupama muškaraca od 26 do 35 godina i ispod 25 godina broj ispitanika koji se odlučio za ovu opciju je relativno mali (6.25% u starijoj, odnosno 5.71% u mlađoj grupi muškaraca).

Procenat ispitanika koji je odgovorio da ih ovo ne zanima najviši je u grupi muškaraca preko 66 godina (čak 66.66%), ali nije zanemarljiv ni u grupama muškaraca od 56 do 65 godina (25%), od 46 do 55 godina (30%), od 36 do 45 godina (33.33%) i do 25 godina (25.71%). Kada je reč o muškoj populaciji, ovaj odgovor je u najnižem procentu zabeležen u grupi muškaraca od 26 do 35 godina, gde iznosi 18.75%. Kod ženske populacije ovaj odgovor bio je unekoliko manje zastupljen. Najveći broj žena koje ova situacija ne zanima bio je u grupi od 26 do 35 godina (21.34%), a nije zanemarljiv ni u grupi do 25 godina (18.18%). U grupama nešto starijih žena ovaj odgovor je bio daleko manje zastupljen - u grupi od 36 do 45 godina 10%, u grupi od 46 do 55 godina 8% i u dve najstarije grupe 0%.

Zaključak koji bismo izveli iz navedenih odgovora je da otvoreno radovanje i glasno pokazivanje oduševljenja kod parova mnogo manje smetaju Japancima nego što bi se možda očekivalo. To je naročito slučaj među ženskom populacijom preko 25 godina, koja uglavnom sa odobravanjem gleda na ovakvo ponašanje i ne smatra da bi ovi pojedinci trebalo da se obuzdaju, t.j. da imaju *enryo*. Takođe bismo dodali da je među muškom populacijom veliki broj onih koje ovakvo ponašanje ne zanima, te u skladu s tim ne smatraju da bi okolina trebalo da ima *enryo*.

Ispitanici kojima smeta otvoreno pokazivanje radosti bili su najbrojniji u grupama žena do 25 i od 26 do 35 godina. Isti stav imali su neki pripadnici starosne populacije od 56 do 65 godina, ali su ispitanici ovog mišljenja ipak bili u manjini u odnosu na ostale.

## 5. ZAKLJUČAK

*Enryo* je karakteristika japanske kulture i značajna kulturna vrednost koja podrazumeva svesno ili polusvesno, svojevoljno ili čak nametnuto uzdržavanje od pokazivanja sopstvenih želja, stavova, emocija ili mišljenja, kao i verbalnih i neverbalnih reakcija, iz potrebe da sebi ili drugima ne prouzrokuje neprijatnost, da neko ne bude povređen, kao i da sačuvamo sopstveni ugled. Kao što smo objasnili i na primerima pokazali, *enryo* se bitno razlikuje od pojmova kojima se često prevodi, kao što su “*reserve*”, “*restraint*”, “*constraint*”, “*diffidence*”, “*coyness*” ili “*holding back*”. Čak i srpska reč *ustručavanje*, koja se javlja u Japansko-srpskom i srpsko-japanskom rečniku Hirošija Jamasakija Vukelića, iako se kada pojedinac odbija ponuđeno su jelo i piće može prevesti kao *enryo*, ne pokriva neke važne aspekte ovog pojma, kao što su neiskazivanje sopstvenog mišljenja ili izbegavanje konflikta. Stoga se može reći da je *enryo* kulturna osobenost karakteristična za japansku kulturu. *Enryo* je proizvod usmerenosti na drugoga, kao i potiskivanja individualnosti da bi se pojedinac uklopio u grupu.

Reč *enryo* često se pominje u svakodnevnom životu Japanaca. Naime, u japanskom jeziku postoji veliki broj izraza vezanih za *enryo*, kao što su *enryo shimasu*, *enryo shinaide*, *enryo naku*, i mnogi drugi. Vrlo često se i učtive zabrane iskazuju upravo ovom rečju, pa se tako izraz *goenryo kudasai* koristi za zabranu razgovaranja telefonom u vozu, jela i pića u bibliotekama, pušenja na javnim mestima, pa čak i gledanja u ekran mobilnog telefona na železničkim stanicama ili kada silazimo niz stepenice. Dakle, *enryo* se može i nametnuti. Primetno je da se ni *restraint* i *reserve*, pa ni *ustručavanje*, ne navode u sličnom kontekstu u engleskom, odnosno srpskom jeziku. Ove činjenice takođe govore o tome da je *enryo* pojava svojstvena japanskoj kulturi koja se, koliko nam je poznato, ne javlja u istom obliku u drugim kulturama.

Budući da smatramo da postojeći prevodi ne mogu do kraja preneti sve nijanse značenja reči *enryo*, analizirali smo ovaj pojam uz pomoć prirodnog semantičkog metajezika, na osnovu koga smo zaključili da *enryo* podrazumeva svesno ili polusvesno, svojevoljno ili čak nametnuto uzdržavanje od pokazivanja sopstvenih želja, stavova, emocija ili mišljenja, kao i verbalnih i neverbalnih reakcija, iz potrebe da sebi ili drugima ne prouzrokuje neprijatnost, da neko ne bude povređen, kao i da sami sačuvamo “ugled”. *Enryo* se javlja kako u verbalnoj, tako i u neverbalnoj komunikaciji.

*Enryo* u neverbalnoj komunikaciji u Japanu podrazumeva uzdržavanje od izvesnih sloboda pokreta kako bismo zadržali dobru sliku o sebi, odnosno, kako bismo delovali kao vaspitana osoba. *Enryo* se manifestuje na različite načine, kao što su: odsustvo dodira i uzdržan govor tela kako ne bi skretali pažnju na sebe, ostavljanje prostora drugoj, a naročito nepoznatoj, osobi, naklon, sedenje, izbegavanje direktnog gledanja u oči, ponašanje pri konzumaciji jela i pića i slično.

U radu smo se bavili sledećim elementima japanske neverbalne komunikacije: odsustvom dodira, naklonom, sedenjem i izbegavanjem direktnog gledanja u oči. Pored toga, prikazali smo i neke važne elemente *enryo* u japanskom jeziku.

Odsustvo dodira je i dalje veoma izraženo u japanskoj kulturi i može se reći da se rukovanje, zagrljaj, poljubac u obraz, tapkanje po ramenu, dodir podlaktice i slično, i dalje ne viđaju često. Takođe, izbegava se fizička bliskost na javnom mestu, čak i kada je reč o držanju za ruke. Izuzev kod dece, koja još nisu savladala sva pravila ponašanja, i najužeg kruga porodice i prijatelja, u

Japanu dodir nije uobičajena pojava u komunikaciji. Iako majke i deca često komuniciraju taktilno, ovakva komunikacija se drastično smanjuje nakon detinjstva i od pojedinca se očekuje da se prilagodi normama odsustva dodira već pre puberteta. Sa druge strane, iako je rukovanje poznato onima koji su imali prilike da budu u kontaktu sa strancima, ipak ima Japanaca koji oklevaju da se rukuju ili nisu sigurni kolika je distanca pri rukovanju, kao i dužina i intenzitet rukovanja.

Naklon je uobičajeni vid pozdrava u japanskoj kulturi, ali se koristi i prilikom izvinjenja ili zahvaljivanja. U istraživanju smo pokazali da je naklon neraskidivo vezan za *enryo*, budući da zahteva prostornu distancu između sagovornika. Kao što smo videli, naklon više vezan za poslovne, a manje za privatne situacije. Naklon se može izvoditi kako u stojećem, tako i u sedećem položaju. Za naklon su karakteristična brojna pravila, a dubina naklona varira u zavisnosti od njegove primene i nivoa učtivosti. Pravi naklon izvodi se pravih, nikako pogrbljenih leđa, a glava ne treba da bude sagnuta u odnosu na telo. Predstavili smo tri osnovne vrste naklona: *eshaku* (15 stepeni), *keirei* (30 stepeni) i *saikeirei* (45 stepeni). Dužina naklona takođe igra bitnu ulogu u učtivom pozdravljanju. Značajno je i da se žene klanjaju ruku sklopljenih pred telom, dok su kod muškog naklona ruke sa strane.

U radu smo prikazali i osnovne karakteristike sedenja u Japanu, kao i njihovu tesnu vezanost za *enryo*. Ideogram za sedenje označava dve osobe koje sede na zemlji, okrenute licem u lice, što govori o dugoj istoriji ovog oblika sedenja. Položaj *seiza* bio je zastupljen još u periodu Heian, a u periodu Edo postao je sastavni deo života. Takođe je bio vrlo efektan u održavanju novouspostavljenih društvenih ustanova, a kada je Sen Rikju usavršio čajnu ceremoniju u Japanu, postao je njen ključni element. Čajna ceremonija kao asketski ritual u okviru zena s vremenom je stekla strogu, religijsku formu koja uključuje dugo i često bolno sedenje u položaju *seiza*. Kada je čajna ceremonija poprimila religijski značaj, položaj *seiza* je postao njen obavezni deo. U periodu Meiji položaj *seiza* je dobio ovaj naziv, a negovao se u školama kako bi se formirao nacionalni identitet. Ovo je postao reprezentativni sedeći položaj koji je negovala Škola manira Ogasavara. Naime, kako bi ojačala individualnost Japana, vlada je namerno usvojila ovaj karakteristični položaj koji je strancima delovao neprirodno. U periodu Meiji *seiza* je takođe bio uobičajeni položaj tokom molitve i izraza postovanja, kao i obroka i izgovaranja sutri.

Kao što se vidi, od davnina su u japanskoj kulturi postojali razni oblici sedenja na podu, ali je položaj *seiza* najtipičniji za japansku kulturu i čak je igrao ulogu u formiranju nacionalnog identiteta. Ovaj položaj je vrlo strog i po prirodi podrazumeva i *enryo*, jer ima krutu formu i ne dozvoljava slobodno kretanje.

Pored položaja tela pri sedenju, veoma je važan i raspored sedenja koji se određuje po hijerarhiji prisutnih. Protokol sedenja datira još od perioda princa Šotoku, koji je u sedmom veku usvojio kineski sistem određivanja ranga dvorskih zvaničnika. Po ovom protokolu, što je zvaničnik po hijerarhiji bliži caru, to je njegovo mesto bliže čelu stola. Osoba najvišeg ranga sedi najbliže počasnom mestu u prostoriji - niši u zidu u koju se stavlja cveće ili svitak sa kaligrafijom. Ovaj običaj je kasnije usvojen i u japanskom društvu, pa tako Japanci često upućuju strane goste na mesto koje smatraju adekvatnim njihovom rangu i statusu.

*Enryo* se manifestuje u još nekim oblicima neverbalne komunikacije, kao što su suzbijanje radoznalosti kada želimo da gledamo u nekoga, da ne bismo bili nepristojni. Direktno gledanje u neku osobu se izbegava jer se smatra znakom nepristojnosti, pretnje ili nepoštovanja i Japanci se od detinjstva uče da skreću pogled, ili gledaju u vrat. Takođe, mnogi Japanci se osećaju neprijatno kada neko direktno gleda u njih. U japanskoj kulturi često je i uzdržavanje od jela, pića, pokazivanja neke potrebe i to naročito ukoliko su u društvu nadređenih, kada će se mlađi i podređeni truditi da jedu i piju što je manje moguće, kao i da se ne služe prvi; a javlja se i u odsustvu drugih neverbalnih

izraza ili reakcija, kao što je smeh. Naime, dešava se da mlađa ili podređena osoba okleva da se nasmeje pred nadređenim. Ukoliko pojedinac nastoji da sakrije svoje želje i potrebe, okruženje često pokušava da ih nasluti da bi ugodilo pojedincu.

Prikazali smo i neke osnovne karakteristike *enryo* u japanskom jeziku. Budući da se zamenica prvog lica najčešće izostavlja, govorni predstavnici japanskog jezika mnogo manje ukazuju na sebe nego govorni predstavnici jezika gde se zamenica prvog lica češće koristi. U japanskom jeziku zamenice su počele da se koriste tek u 19. veku, a nastale su zbog neophodnosti da se nađu prevodni ekvivalenti za engleske, koje su bile u čestoj upotrebi. S obzirom na način na koji su usvojene, i danas se koriste mnogo manje nego u većini drugih jezika. Takođe, izostavljanje zamenice drugog i trećeg lica neretko je posledica *enryo*, jer su ove zamenice često obeležje bliskosti. Pored toga, u japanskom jeziku postoji *keigo* - učtivi jezik koji ima honorifične i ponizne oblike i podrazumeva i poseban registar zamenica, prefiksa i sufiksa imenica, itd. *Enryo* je neizostavan pratilac ovakvog načina komunikacije, a stepen *enryo* zavisi od toga koliko nam je neka osoba nadređena u hijerarhiji. Stoga će i neverbalno ponašanje kada se koristi ovakav formalni jezik biti formalnije.

U istraživanju smo detaljno prikazali i razloge za postojanje *enryo* u japanskoj kulturi: vezanost za grupu, orijentisanost na drugoga i *omoiyari*.

Grupa je od vremena zemljoradničke zajednice bila najvažnija struktura japanskog društva. Usmerenost na grupu i prilagođavanje sistema vrednosti i ponašanja njoj doveli su do razvoja određenog načina razmišljanja koje neguje konformizam i orijentisanost na stav ostalih članova grupe. Sistem vrednosti u japanskom društvu od davnina je usmeren na prilagođavanje grupi, od čijih se članova očekuje da se prilagode i sarađuju. Iako se oblik grupe menjao, suštinska organizaciona podela je ostala nepromenjena. Članovi grupe naučili su da rade zajedno za vreme setve i žetve i još od tada su navikli na homogenu strukturu grupe, što je prouzrokovalo konformizam i prilagođavanje, a tradicionalni element društvene strukture postao je član grupe - konformista. Budući da u japanskom društvu nema transcendentálnih vrednosti poput Boga, vrednosti su bile usmerene na održavanje i napredak grupe. I nakon perioda Meidi, sve dok je proizvodnja pirinča i dalje zapošljavala većinu stanovništva, ova struktura je preživela brze političke i društvene promene. U ovakvoj društvenoj strukturi individualac je bio potisnut, a mišljenje manjina koje su u koliziji sa ustanovljenim željama grupe se zanemaruju. Ideal ovakvog društva su članovi koji podređuju lične interese ciljevima grupe i verni su im, a grupa u velikoj meri određuje život pojedinca. Nakon Drugog svetskog rata grupa je ostala osnovna jedinica japanskog društva, a mnoge kompanije su nakon rata gradile naselja za svoje radnike, pa su tako Japanci počeli da provode sve više vremena sa kolegama. Time je ojačana vezanost za grupu-kompaniju, koja i do danas postoji u japanskom društvu. Ovo objašnjava činjenicu da Japanci vrlo često čitav život provode radeći za istu kompaniju, a pojedinci koji promene kompaniju neretko teško bivaju prihvaćeni. Kada je reč o hijerarhiji, ona je bitnija unutar grupe nego izvan nje, pa je tako važnije u kojoj kompaniji pojedinac radi, nego koje mesto zauzima u njoj. Individualnost je svedena na minimum čak i u odevanju i poslovnom svetu dominantna crna odela i čest je konzervativni stil. Očigledno je da je *enryo* integralni deo ovakve društvene strukture, gde individualnost i lične želje bivaju potisnute zarad opšteg interesa.

Još jedan razlog za postojanje *enryo* je posmatranje sveta iz perspektive druge osobe, koje je donekle uslovljeno gramatikom japanskog jezika, gde se lična zamenica izostavlja, ili se umesto nje koristi čak i sopstvena titula. Ovo jasno govori o tome da uloga pojedinca u društvu ili porodici ima prioritet nad ličnim doživljajem stvarnosti, kao i da je u japanskom jeziku pažnja usmerena ka sagovorniku. Japanac će se često truditi da nasluti šta želi ili misli njegov sagovornik, a istovremeno će nastojati da ne pokazuje sopstvene potrebe. Stoga postoji tendencija izbegavanja konflikta, koja je usko vezana za *enryo*. Ova pojava je izražena i u gostoprilstvu, pa Japanci vrlo

često ne daju gostu da bira jelo ili piće, već smatraju da domaćin treba da odluči o svemu da ne bi gosta terao da bira i time ga dovodio u neprijatnu situaciju. Nenaviknuti na lični izbor, mnogi Japanci se neprijatno osećaju kada im se u inostranstvu postavljaju pitanja šta bi popili ili pojeli, jer je direktno izražavanje želja tabuisano u japanskoj kulturi.

*Omoiyari* je osobenost japanske kulture koja se smatra jednim od najvažnijih ideala u japanskom društvu i koji se neguje kod dece još od ranog detinjstva. Kao ni *enryo*, ni reč *omoiyari* nije lako prevodiva na druge jezike. *Japansko-srpski rečnik* Hirošija Jamazaki-Vukelića navodi prevod *obzir*. Međutim, smatramo da ovaj prevod nije uvek ekvivalentan reči *omoiyari*, a isto važi i za engleske prevode *empathy*, *sympathy*, *compassion*, *consideration*, i druge. Stoga smo smatrali da je ovaj pojam neophodno analizirati na osnovu univerzitalnog semantičkog metajezika, i na osnovu njegovih parametara zaključili smo da *omoiyari* podrazumeva komunikaciju zasnovanu na empatiji, često bez reči, sa ciljem da se razumeju osećanja, želje i potrebe onog drugog i da se na njih adekvatno odgovori. Ova definicija jasno ukazuje da je *omoiyari* često vezan za neverbalnu komunikaciju, koja je neophona u društvu u kome pojedinac ne želi da izrazi svoje potrebe. Dakle, *omoiyari* predstavlja i svojevrsno čitanje misli, razumevanje i predosećanje tuđih želja i potreba, brigu o drugome, kao i tumačenje neverbalnih znakova i odgovaranje na njih. *Omoiyari* je razlog što se u japanskoj kulturi često izražava slaganje sa sagovornikom, bilo da je to klimanje glavom ili korišćenje uzvika *ne*. Budući da se u raznim situacijama sugerše da treba imati *omoiyari*, od ustupanja lifta ili sedišta u gradskom prevozu starijim osobama i trudnicama do ukazivanja deci u školi da treba misliti na druge, ovaj pojam je vrlo čest i poželjan u japanskoj kulturi. Dodali bismo i da *omoiyari* direktno utiče na *enryo*, jer se zbog težnje da se nasluti nečije potrebe pojedinac često orijentiše na drugu osobu i potiskuje sopstvene želje u drugi plan. Primerima iz svakodnevnog života i dosadašnjih istraživanja smo pokazali da je ovakav način komunikacije, gde se neguje *omoiyari* i potiskuju sopstvene potrebe, sušta suprotnost zapadu.

O *omoiyari* se mnogo pisalo, ali smatramo da je najveći dokaz da je ovo zaista jedna od najznačajnijih kulturnih vrednosti u Japanu istraživanje Ketrin Trevis iz 1992. godine, koje je pokazalo da nadmoćna većina japanskih ispitanika (čak 78%) smatra da je *omoiyari* karakteristika koju najviše cene kod drugih ljudi! Sa druge strane, kako grupa Australijanaca koja je učestvovala u ovom istraživanju nije pominjala ni slične osobine već reči kao što su *honest*, *intelligent* i *kind*, možemo zaključiti da ne samo da pojam identičan ovom ne postoji u australijskoj kulturi, već i da nijedan pojam blizak njemu nije bio navođen, pa samim tim nije prioritet Australijanaca koji su učestvovali u ovom istraživanju.

Kako bismo utvrdili stepen *enryo* u svakodnevnom životu Japanaca danas, kao i u njihovoj neverbalnoj komunikaciji, u empirijskom delu istraživanja sprovedili smo anketu među ispitanicima oba pola i različite starosne dobi. U narednom delu biće prikazani rezultati našeg istraživanja.

## 5.1. POLAZNA HIPOTEZA I NALAZI

U ovom istraživanju polazna hipoteza bila je da *enryo* ima važno mesto u sistemu vrednosti, a samim tim utiče i na način razmišljanja i ponašanje Japanaca, pa se tako ispoljava i u neverbalnoj komunikaciji. Sa druge strane, smatrali smo da postoji tendencija smanjivanja *enryo* u odnosu na istraživanja iz osamdesetih i devedesetih godina prošlog veka, kao i da će se stepen *enryo* smanjivati različitom brzinom u različitim sferama neverbalne komunikacije.

Kada je reč o sistemu vrednosti u japanskom društvu koje karakteriše jaka vezanost za grupu i gde je pojedinac orijentisan na druge, pretpostavili smo da su kao i u istraživanju Trevisove iz devedesetih godina na ceni osobine kao što su nežnost, ljubaznost i briga o drugome. Doduše, s

obzirom na razliku u vremenu kada su dva istraživanja sprovedena, kao i u formi pitanja, očekivali smo i razliku u odgovorima u odnosu na istraživanje sprovedeno devedesetih godina u Australiji.

Na osnovu posmatranja neverbalne komunikacije Japanaca na javnom mestu, kao i ličnog iskustva, pretpostavili smo da će se *enryo* pokazati kao važan element u sferi fizičkog dodira. Takođe smo pretpostavili i da će *enryo* biti izražen u sferi pogleda, naročito kada naši ispitanici vide neku upadljivu osobu. Na ovu pretpostavku navelo nas je kako posmatranje neverbalne komunikacije na javnom mestu, tako i dosadašnja istraživanja sa sličnom tematikom.

Sledeća hipoteza bila je da će *enryo* i dalje biti izražen u izvesnoj meri kada je reč o ispunjavanju sopstvenih potreba kao što su glad, žeđ i umor i da će, recimo, Japanac neretko oklevati da prihvati nešto ponuđeno, iako to želi ili mu je potrebno. Tako smo očekivali izvesno prisustvo *enryo* kada u autobusu postoji upražnjeno mesto, ili kada je ispitanicima hladno ili im je ponuđena piće ili hrana kada su gladni. Pretpostavili smo i da će im biti neprijatno da se izjašnjavaju po pitanju jela i pića i da će se nelagodno osećati kada im se postave mnogobrojna pitanja na tu temu. Pored toga smatramo da će *enryo* u prostoru biti i dalje relativno izražen.

Naša poslednja pretpostavka bila je da će postojati velike razlike u zavisnosti od starosnog doba i pola naših ispitanika. Očekivali smo da *enryo* bude izraženiji kod žena nego kod muškaraca, kao i kod starije populacije nego kod mlađe.

Anketa koju smo sprovedeli pokazala je da *enryo* i dalje postoji kao bitan element japanske kulture, koji je u promenljivom stepenu prisutan u različitim sferama života i neverbalne komunikacije. Uvideli smo i da se u nekim sferama neverbalne komunikacije *enryo* kod Japanaca primetno smanjuje, dok je u drugim još uvek snažno prisutan. U nastavku ćemo prikazati detaljan pregled rezultata naše analize.

Analiza podataka dobijenih u anketi pokazala je da sistem vrednosti u japanskoj kulturi i dalje neguje orijentaciju na drugoga, što možemo videti na osnovu prisustva prideva koji se odnose na pažnju i brigu o drugoj osobi *yasashii*, odnosno ljubaznost, *shinsetsu*. Iako *omoiyari* nije pridev, ova reč se takođe javljala u visokom procentu, što nesumnjivo govori o tome da *omoiyari* i dalje ima veliki značaj u japanskom društvu. Ovi podaci se podudaraju sa podacima Trevisove iz devedesetih godina prošlog veka. Kao ni u njenom istraživanju, ni u našem ispitanici nisu kao osobine dobre osobe navodili iskrenost i inteligenciju, pa zaključujemo da se u tom pogledu društvo nije mnogo promenilo. Sa druge strane, dok su u njenom istraživanju vedrinu navodili kao osobinu dobre osobe, kod nas pridevi kao što su *akarui* nisu bili previše zastupljeni. Bez obzira na veliki pad popularnosti prideva *akarui* moramo reći da je, uprkos vremenskoj razlici, ponovo potvrđeno da Japanci brigu o drugoj osobi, pažnju, a s njima i *omoiyari*, smatraju veoma važnim kod drugih osoba, što je ide u prilog hipotezi da je orijentacija na drugu osobu važna u japanskom društvu. Društvo ne samo da se nije promenilo u tom pogledu, već su osobine vezane za brigu i pažnju još izraženije u našem, nego u ranijem istraživanju.

U skladu sa našom hipotezom, pokazalo se da je u sferi fizičkog dodira *enryo* veoma izražen. Kao što su navodila ranija istraživanja, dodir nakon puberteta nije čest čak ni u porodici, naročito kod muške dece. Tako se i u našem istraživanju ispostavilo da samo ženska populacija grli roditelje, i to ne u tako visokom procentu. Naime, zagrljaj se javlja kao vid pozdrava kod četvrtine ženskih ispitanika do 25 i od 56 do 65 godina. Neki Japanci grle majku, ali ne i oca, a procenat zagrljaja bio je najviši kod najmlađe i najstarije ženske populacije, dok se najveći broj ispitanika, naročito muškog pola pozdravlja samo verbalno. Ubedljivo najčešći oblik neverbalnog pozdrava bilo je mahanje rukom. Rukovanje je takođe relativno retko, kao i tapšanje po ramenu. Naklon se retko javlja kao vid pozdrava i to kod starije populacije, što ukazuje na retko prisustvo naklona u privatnim situacijama i krugu porodice. Na osnovu svega navedenog, možemo zaključiti da je



kultura nedodirivanja i dalje uvrežena u japanskom društvu i da *enryo* u ovoj sferi neverbalne komunikacije najsporije iščezava.

Naše istraživanje je pokazalo da stepen *enryo* kada je reč o pokazivanju sopstvenih potreba, bilo da je to sedanje na upražnjeno mesto kada smo umorni, konzumiranje hrane kada smo gladni, uzimanje ponuđenog kišobrana ili uključivanje klima uređaja kada je hladno, nije tako visok. Naime, iako smo očekivali viši stepen *enryo*, u gradskom prevozu je sve manje onih koji neće sesti na slobodno mesto iako su umorni i ispostavilo se da će nadmoćna većina ispitanika u svim starosnim grupama jednostavno sesti na upražnjeno mesto bez pitanja da li je slobodno, naklona i sličnih pokazatelja učtivosti. Ovo se može objasniti velikim gužvama u gradskom prevozu koje neminovno smanjuju udaljenost između putnika i ne ostavljaju prostor za *enryo*. Doduše, interesantno je da je najmlađa grupa ispitanika u najmanjem procentu rekla da bi sela, pri čemu je bilo više muškaraca koji ne bi iskoristili priliku da sednu na upražnjeno mesto. Međutim, i u ovoj grupi je procenat onih koji bi seli veoma visok, tako da možemo zaključiti da među japanskom populacijom postoji tendencija smanjenja *enryo* u ispunjavanju potrebe.

Ponuđeni kišobran bi prihvatilo 59% ispitanika. Može se zaključiti da je u ovom pogledu *enryo* ipak prisutan, iako ispitanici koji bi oklevali nisu u većini. U svim grupama bilo je ispitanika koji bi prihvatili tek na insistiranje prijatelja. Dakle, *enryo* u izvesnom stepenu postoji kod ispitanika koji prihvataju kišobran tek na insistiranje prijatelja, ili odlučuju da sam kupe kišobran da ne budu na smetnji. Međutim, s obzirom na stepen onih koji prihvataju ponuđeni kišobran koji u govovo svim grupama prelazi 50%, rekli bismo da je *enryo* manje prisutan nego što se možda misli. U većini grupa bilo je više žena koje prihvataju ponuđeni kišobran i više muškaraca koji ga sami kupuju, tako da možemo zaključiti da muško ponašanje karakteriše viši stepen *enryo*.

Kada je reč o potrebi da se uključi grejanje, većina ispitanika je rekla da bi pokušala da pitanjem (verbalno) ili, pak, na osnovu neverbalnih znakova, utvrdi da li je ostalima u okruženju hladno. Ovi podaci ukazuju na visok stepen *omoiyari* kod naših ispitanika. Dakle, većina njih ne nagoveštava svoje potrebe, već posmatra ponašanje drugih i u skladu s njim donosi odluku. Doduše, primećujemo da je gotovo zanemarljiv procenat koji ne bi ništa preduzeli (što bi podrazumevalo izuzetno visok stepen *enryo*). Takođe možemo zaključiti da se ovde potreba verbalizuje, iako ima oblik pitanja. Naime, bilo je daleko više ispitanika koji bi se verbalno obratili prisutnima, nego onih koji bi posmatralo neverbalne znake. Samo je u grupi žena do 25 i od 36 do 45 godina bio značajan broj ispitanica koje bi posmatralo neverbalne znake ljudi u okruženju (preko 20%). Odgovori na ovo pitanje pokazuju da se *enryo* ipak smanjuje a da *omoiyari* i dalje igra veoma važnu ulogu u ponašanju Japanaca. Najniži stepen *enryo* zabeležen je u odgovorima ispitanika oba pola u grupi od 26 do 35 godina.

Naša analiza *enryo* u gostoprimstvu pokazala je da je u situaciji kada je hrana poslužena na stolu *enryo* u izvesnoj meri prisutan, iako ne u stepenu koji smo očekivali. Iako nije bilo mnogo onih koji su rekli da ne bi jeli ponuđenu hranu, u svim grupama ogromna većina ispitanika rekla je da bi se služila ako ih domaćin ponudi, dakle, nakon izvesnog "nutkanja". Takođe, ne tako mali broj deo muških ispitanika u najmlađoj grupi rekao je da bi se služilo bez *enryo*. U ovoj starosnoj grupi je ujedno bilo i najviše ženskih ispitanika koji se ne bi služili čak i nakon "nutkanja". Isto tako, u ovoj situaciji je bilo više muškaraca koji su rekli da bi se slobodno služili, tako da zaključujemo da muškarci nisu tako rezervisani kada je reč o hrani. Kada je reč o konzumiranju hrane razlika između polova je veoma izražena, tako da su žene unekoliko manje slobodne kada su u gostima. Suprotno svim očekivanjima, najviši stepen *enryo* u konzumiranju ponuđene hrane zabeležen je u najmlađoj grupi ispitanika, a to se naročito odnosi na žensku populaciju.

Rezultati naše analize pokazuju da se u sferi izražavanja sopstvenih želja situacija drastično promenila u odnosu na osamdesete godine prošlog veka, kada je Japancima bilo neprijatno kada

ih pitaju šta žele da popiju. Naime, uprkos tome što istraživanja iz osamdesetih ukazuju na to da je *enryo* uobičajen u situacijama kada se od Japanaca traži da se izjasne šta bi popili ili pojeli, činjenica je da u našoj anketi ispitanici koji smatraju da su ovakva pitanja nepristojna ili naporna ipak nisu u većini. Štaviše, ispitanici srednjih godina su u najvećem broju slučajeva rekli da smatraju ovakva pitanja ljubaznim. Stoga se može reći da se društvo uveliko kreće iz pravca neverbalnih nagoveštaja u pravcu verbalizacije sopstvenih želja i da je sve manje onih kojima će biti neprijatno da izraze svoje želje, kao i da u ovoj sferi *enryo* ima tendenciju smanjivanja u budućnosti. Na osnovu svega navedenog možemo zaključiti da se, u skladu sa našom hipotezom, *enryo* smanjuje nejednakom brzinom.

Naša analiza je potvrdila i hipotezu da i dalje postoji *enryo* kada Japanci gledaju u drugu osobu. Zbog *enryo*, radoznalost se najčešće suzbija, i to pre svega da ne bismo uvredili druge. Dakle, u ovoj situaciji postoji *omoiyari*, jer naši ispitanici misle na druge i ne žele da im prouzrokuju neprijatnost. Sa druge strane, oni koji bi otvoreno gledali u nepoznatu osobu su takođe prisutni, a najviše ih je bilo u grupama muškaraca od 46 godina pa sve do najstarijih ispitanika). Mlađi ispitanici, a naročito žene, rekli su da bi interesantnu osobu gledali krišom. Izuzetak predstavlja grupa žena od 26 do 35 godina, koja je i u ovoj grupi imala veoma nizak stepen *enryo*. S obzirom na sve navedene podatke, reklo bi se da je, uprkos činjenici da najmlađe ispitanike karakteriše stidljivost i visok procenat *enryo*, teško reći u kom pravcu će se kretati ponašanje žena, ali je izvesno da gotovo polovina muškaraca uopšte nema *enryo* kada je reč o gledanju u nepoznate.

Analizom odgovora dobijenih da pitanje da li bi se požalili nekome ko im sedi na torbi dobili smo interesantne rezultate. Značajan broj ispitanika je reklo da bi se požalilo, a u proseku je preko 40% ispitanika imalo neki oblik *enryo*. U svim grupama muškarci su pokazali niži stepen *enryo* nego žene.

Primećuje se ogromna razlika u odgovorima mlađe i starije populacije u pogledu obraćanja nepoznatoj osobi kojoj je otvorena torba. Naime, dok je u grupi do 25 godina svega 35% muškaraca i 38% žena odgovorilo da bi reklo nepoznatoj osobi da joj je otvorena torba, među starijim ispitanicima taj broj je i dvostruko veći! Bez obzira na podeljenost mišljenja, moramo primetiti da se ljudi u Japanu sve ređe obraćaju nepoznatima. Naime, zbog prisustva mobilnih telefona sa GPS sistemom broj ljudi koji pitaju gde je neka zgrada ili ulica je praktično sveden na minimum, a u vozovima postoji automat koji najavljuje naredne stanice i mesta presedanja na druge linije, tako da niko nepoznatima ne postavlja pitanja vezana za to. Dodali bismo i da će ova tendencija najverovatnije biti sve izraženija u japanskom društvu. Kao što se vidi u odgovorima naših ispitanika, mlađa populacija pokazuje viši stepen *enryo* nego starija, a žene imaju izraženiji *enryo* nego muškarci. Ovo se može objasniti činjenicom da osobe koje ne pripadaju istoj grupi imaju sve manju važnost u životu pojedinca, ali i preteranom oslanjanju na tehnologiju.

Analiza je pokazala i da glasno pokazivanje radosti Japancima uglavnom ne smeta. Izuzetak su žene do 25 i od 26 do 35 godina, jer je preko 25% njih reklo da im smeta nekontrolisano ispoljavanje radosti na javnom mestu. Zaključak koji bismo izveli iz navedenih odgovora je da otvoreno radovanje i glasno pokazivanje oduševljenja kod parova mnogo manje smetaju Japancima nego što bi se možda očekivalo. To je naročito slučaj među ženskom populacijom preko 25 godina, koja uglavnom sa odobravanjem gleda na ovakvo ponašanje i ne smatra da bi ovi pojedinci trebalo da se obuzdaju, t.j. da imaju *enryo*. Takođe bismo dodali da je među muškom populacijom veliki broj onih koje ovakvo ponašanje ne zanima, te u skladu s tim ne smatraju da bi okolina trebalo da ima *enryo*. Ispitanici kojima smeta otvoreno pokazivanje radosti bili su najbrojniji u grupama žena do 25 i od 26 do 35 godina. Isti stav imali su neki pripadnici starosne populacije od 56 do 65 godina, ali su ispitanici ovog mišljenja ipak bili u manjini u odnosu na ostale.

Interesantno je da je, kada je reč o sedanju na upražnjeno mesto u autobusu i uključivanju

klima uređaja, najviši stepen *enryo* zabeležen u najmlađoj starosnoj grupi. To je takođe slučaj u sferi neverbalne, ali i verbalne, komunikacije sa nepoznatima, gde najmlađa populacija najviše okleva da se obrati nepoznatoj osobi. Žene u najmlađoj grupi su pokazale visok stepen *enryo* i kada konzumiraju hranu, kao i izuzetno jak *enryo* kada je reč o posmatranju nepoznatih osoba!

Sa druge strane, grupa žena od 26 do 35 godina imala je relativno nizak stepen *enryo* kada želi da promeni temperaturu u prostoriji i one su u najvišem procentu rekly da bi uključile klima uređaj ne pitavši ostale. One takođe gledaju u nepoznatog.

Naše istraživanje pokazuje da se u gradskom prevozu, bilo da je razlog prenaseljenost, prevelika gužva ili nešto drugo, *enryo* u neverbalnoj komunikaciji u prostoru unekoliko smanjuje. Možemo reći da su Japanci sve manje spremni da ostavljaju prazna mesta samo da bi bili učtivi i drugima ostavili više prostora.

Neverbalna komunikacija očima je i dalje relativno tabuisana i možemo reći da su razlozi za to kako *enryo*, tako i *omoiyari*. Kod mlađe populacije je zabeleženo da u upadljivu osobu uglavnom gledaju krišom, dok starija populacija, a naročito muškarci, imaju mnogo niži stepen *enryo* i slobodnije gledaju u nepoznate. Razlog zbog koga ispitanici gledaju krišom je želja da ne uvrede osobu u koju gledaju, što smatramo manifestacijom *omoiyari*.

Kada je reč o jelu i piću, izvesno je da se *enryo* smanjuje u odnosu na ranije zabeležena istraživanja. Naime, većina naših ispitanika ne bi se ustručavala od konzumiranja hrane i pića u kući poznanika. Doduše, najveći broj bi prvo sačekao da ih domaćin ponudi hranom na stolu. Međutim, najviši stepen *enryo* u ovom slučaju zabeležen je u grupi žena do 25 godina gde je relativno visok procenat odgovorio da ne bi jeo ponuđenu hranu, dok su muškarci u istoj starosnoj grupi bili daleko slobodniji.

Takođe, kada prijatelj od njih traži da direktno izraze šta bi pojeli ili popili, ispitanici uglavnom nemaju *enryo* i ogromna većina ispitanika smatra ovakva pitanja ljubaznim. Doduše, u ovom slučaju bilo je više muškaraca nego žena kojima ova pitanja smetaju, iako je u grupi žena 26 do 35 godina preko 40% ispitanica takođe reklo da su ovakva pitanja gnjavaža.

U situaciji kada treba da komuniciramo sa nepoznatom osobom koja ne pripada našem "svetu" zaključili bismo da je stepen *enryo* prilično visok i da su prema rezultatima naše ankete, ispitanici sve manje spremni da stupe u komunikaciju. To je naročito karakteristično za žensku populaciju. Mnogo manje žena bi se obratilo osobi koja im sedi na torbi ili bi u nevolji potražilo pomoć nepoznate osobe. Značajno je i da se mlađa populacija mnogo ređe odlučuje na to da se iz bilo kog razloga obrati nepoznatima.

U sferi neverbalne komunikacije *enryo* je veoma izražen u sferi pozdravljanja sa bliskim osobama. Rezultati naše ankete pokazuju da vrlo mali broj ispitanika komunicira taktilno čak i u krugu porodice. Ovo je naročito karakteristično za muške ispitanike, koji su u svim starosnim grupama u najvećem broju rekly da se pozdravljaju samo verbalno. Mahanje je mnogo češće prisutno kod žena nego kod muškaraca. Zagrljaj je veoma redak oblik pozdrava sa roditeljima i zabeležen je u relativno visokom procentu (preko 20%) jedino u grupi žena do 25 godina i od 56 do 65 godina.

Naše istraživanje nesumnjivo je potvrdilo hipoteza da *enryo* ima važno mesto u sistemu vrednosti utiče i na način razmišljanja i ponašanje Japanaca. U skladu sa hipotezom, primećeno je jako prisustvo *enryo* u neverbalnoj komunikaciji, ali i tendencija njegovog smanjivanja u nekim njenim oblicima.

Pretpostavka da su nežnost, ljubaznost i briga o drugome, a samim tim i *omoiyari*, bitni u japanskoj kulturi, još jednom je potvrđena analizom naše ankete. Ovaj pojam bio je u osnovi oklevanja da se gleda u upadljivu osobu (da joj ne bude neprijatno), pitanju da li je drugima hladno

ili posmatranju njihovog ponašanja. Štaviše, navođen je čak i kao pridev, iako uopšte ne pripada toj vrsti reči! S obzirom na njegovo snažno prisustvo u japanskoj kulturi, smatramo da će *omoiyari* još dugo ostati važna kulturna vrednost u Japanu.

Potvrđena je i hipoteza da će se *enryo* pokazati kao važan element u sferi fizičkog dodira, kao i u sferi pogleda. Može se reći da je *enryo* u ovim sferama, a naročito u dodiru, veoma izražen.

Hipoteza da će *enryo* biti izražen u izvesnoj meri kada je reč o ispunjavanju sopstvenih potreba kao što su glad, žeđ, umor i slično, potvrđena je samo delimično. Naime, iako prihvatanje ponuđene hrane, kišobrana, pomoći i slično podrazumeva izvesnu količinu *enryo* i u tom smislu možemo potvrditi njegovo prisustvo u neverbalnoj komunikaciji, u situacijama kada ispitanici koriste priliku da sednu na slobodno mesto *enryo* jedva da postoji. Međutim, iako je u nekim sferama manje prisutan nego što smo očekivali, možemo potvrditi hipotezu da će se *enryo* smanjivati različitom brzinom u različitim sferama neverbalne komunikacije i ponašanja uopšte.

Naša poslednja pretpostavka bila je da će postojati velike razlike u zavisnosti od starosnog doba i pola naših ispitanika. Očekivali smo da *enryo* bude izraženiji kod žena nego kod muškaraca, kao i kod starije populacije nego kod mlađe. Ovo je samo delimično potvrđeno. Kada govorimo o razlici između polova, naše istraživanje je pokazalo da je *enryo* prisutniji kod žena nego kod muškaraca u pogledu, obraćanju nepoznatom, kao i u konzumiranju ponuđene hrane i pića i pričanju sa prijateljem na javnom mestu, dok je, s druge strane, kod žena zabeležen niži stepen *enryo* u prihvatanju kišobrana kada ne žele da pokisnu i pozdravljanju sa članovima porodice. Kod muškaraca se *enryo* više manifestovao u prihvatanju ponuđenog kišobrana i oklevanju da sednu na upražnjeno mesto u autobusu nego kod žena, kao i u niskom stepenu fizičkog kontakta sa porodicom pri pozdravljanju. Muškarci (a naročito stariji) su bili mnogo slobodniji u obraćanju nepoznatim osobama, komunikaciji na javnom mestu i otvorenom gledanju u nepoznatu osobu.

Naše istraživanje je pokazalo i da se naklon pri pozdravljanju sa porodicom javlja u gotovo zanemarljivom procentu, a da je mahanje rukom mnogo zastupljenije od njega. Ovo se može objasniti većom vezanošću naklona za poslovne i formalne situacije.

Analiza je takođe pokazala da se, suprotno očekivanjima, u japanskoj kulturi sve češće javlja verbalizacija potreba. Smatramo da je ovo pokazatelj smanjenja *enryo*, kao i da možemo očekivati jačanje ove tendencije u budućnosti.

Istraživanje je pokazalo da su neki oblici *enryo* kao što su konzumacija jela i pića, ispunjavanje potreba ili direktno gledanje u upadljivu osobu mnogo manje prisutni nego prethodnih decenija. Međutim, dok se u ovim sferama stepen *enryo* smanjuje, izvesno je da će *enryo* i dalje ostati faktor koji ograničava fizički dodir u neverbalnoj komunikaciji, tako da se očekuje da će odsustvo dodira između sagovornika pri razgovoru i pozdravu ostati karakteristika neverbalne komunikacije u Japanu i u budućnosti.

## LITERATURA

- Aida, Yuji. 1970. *Nihonjin no ishiki kouzou* (The Structure of Consciousness among the Japanese). Tokyo: Kodansha.
- Amis, Kingsley, 1966. *The Anti-Death League*. Penguin, London
- Barnlund, Dean. (1975). **Public and private self in Japan and in the United States**. Tokyo: Simul Press.
- Befu, Harumi, 1980. *The Cultural Context. Essays in Honor of Edward Norbeck*. Vol 66, No 1. Rice University Press, Houston
- Benedict, Ruth, 1974. *Chrysanthemum and the Sword. Patterns of Japanese Culture*. Published by Charles E. Tuttle Company Inc. Tokyo
- Bryant, Gale. **Never Cross Your Feet in Japan**. dostupno na [<https://www.smh.com.au/business/small-business/never-cross-your-feet-in-japan-20140804-3d4dv.html>] poslednji put pristupljeno 4.12.2019.
- Brinkley's Japanese English dictionary. 1963. Cambridge: Heffer.
- Barnlund, D. (1975). **Public and private self in Japan and United States**. Tokyo: Simul.
- Barnlund, D. (1989). **Communicative styles of Japanese and Americans**. Belmont, CA: Wadsworth.
- Bond, M.H., & Kornai, H. (1976). Targets of gazing and eye contact during interviews: Effects on Japanese nonverbal behavior. *Journal of Personality and Social Psychology* 34(6), 1276-1284.
- Bryant, Gale. *Never cross your feet in Japan*. Dostupno na [<https://www.smh.com.au/business/small-business/never-cross-your-feet-in-japan-20140804-3d4dv.html>] poslednji put pristupljeno 4.12.2018.
- Caudill, W., & Plath, D. (1966). Who sleeps with whom? Parent-child involvement in urban Japanese families. *Psychiatry*, 29, 344-366.
- Caudill, W., & Schooler, C. (1973). Child behavior and child rearing in Japan and United states: An interim report. *Journal of Nervous and Mental Diseases*, 157, 240-241.
- Caudill, W., & Weinstein, H. (1969). Maternal care and infant behavior in Japan and America. *Psychiatry*, 32, 12-43.
- Caudill, W. (1973). General culture: The influence of social structure and culture on human behavior in modern Japan. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 157, 240-257.

- COBUILD. 1987. Collins Cobuild English language dictionary. Eds. John Sinclair and Patrick Hanks. London: Collins.
- Cohen, R. (1991). *Negotiating across cultures*. Washington, D.C.: United States Institute of Peace.
- Condon, J.C., & Yousef, F. (1983). *An introduction to intercultural communication*. Indianapolis, IN: BobbsMerrill.
- Dale, Peter. 1986. *The myth of Japanese uniqueness*. New York: St. Martin's
- De Mente, Boy Lafayette, 1993. *Behind the Japanese Bow*. Passport Books, Lincolnwood, Illinois.
- De Vos, George A, 1985. Dimensions of the Self in Japanese Culture. In Marsella, De Vos and Hsu, 1985:141-184.
- Doi, Takeo, 1973. *Amaenokozo [The Structure of Amae]*. Tokyo. Kodansha.
- Doi, Takeo, 1973 *The Japanese Patterns of Communication and the Concept of Amae*. Quarterly Journal of Speech, 59(2), 180-185.
- Doi, Takeo, 1981. *The Anatomy of Dependence*. Tokyo, Kodansha
- Doi, Takeo, 1988. *The Anatomy of Self*. Kodansha, Tokyo
- Doi, Takeo, 1986. *Amae. The Key Concept for Understanding Japanese Personality Structure*. In Lebra and Lebra, 1986: 145-54
- Doi, T. (1988). Dependency in human relationships. In D.I. Okimoto & T.P. Rohlen (Eds.), *Inside the Japanese system: Readings on contemporary society and political economy*, (pp. 20-25).
- Đurović, Ljiljana. 1986. Neki aspekti jezika i kulture Japana danas – učtivo i neučtivo u japanskom, u *Kulture Istoka*, 7, januar – februar, 21-24.
- Elzinga, R.H. (1975). Nonverbal communication: Body accessibility among Japanese. *Psychologia*, 18, 205-211.
- Gudykunst, W.B., & Nishida, T. (1984). Individual and cultural influences on uncertainty reduction. *Communication Monographs*, 51, 23-36.
- Gudykunst, W.B., Nishida, T., & Schmidt, K. (1989). The influence of culture, relational, and personality factors on uncertainty reduction processes. *Western Journal of Speech Communication*, 53, 13-29.
- Gudykunst, W.B., Yoon, Y.C., & Nishida, T. (1987). The influence of individualism-collectivism on perceptions of communication in ingroup and outgroup relationships. *Communication Monographs*, 54, 295-306.
- Hall, E.T., & Hall, M.R. (1990). *Hidden differences: Doing business with the Japanese*. New York:

- Anchor Books, Doubleday. (Original work published 1987)
- Hall, E.T. (1981). *Beyond culture*. New York: Anchor Books, Doubleday. (Original work published 1976).
- Hattori, T. (1987). A study of nonverbal intercultural communication between Japanese and Americans Focusing on the use of the eyes. *Japan Association of Language Teachers Journal*, 8, 109-118. (preuzeto iz: McDaniel, Edwin. *Japanese Nonverbal Communication: A Review and Critique of Literature*. Edwin R. McDaniel Department of Speech Communication San Diego State University San Diego, CA, Paper presented to the International and Intercultural Division of the Speech Communication Association, Miami Beach, FL, (1993, Nov)
- Hendry, J. (1989). *Becoming Japanese: The world of the pre-school child*. Honolulu, HI: University of Hawaii. (Originally published in 1986)
- Hendry, Joy. 1993. *Wrapping culture: Politeness, presentation, and power in Japan and other societies*. Oxford: Clarendon.
- Honna, Nobuyuki i Hoffer, Bates, 1989. *An English Dictionary of Japanese Ways of Thinking*. N.P. Yuhikaku
- Ishida, Eiichiro, 1986. *A Culture of Love and Hate*. Japanese Culture and Behavior. Selected Readings. Lebra T.S. and Lebra W.P. University o Hawaii Press, Honolulu
- Ishida, Takeshi, 1989. *Japanese Political Culture. Change and Continuity*. Transaction Publishers, Piscataway
- Kawashima, Takeyoshi, 1967. *Nipponjin no ho isshiki*. Tokyo, Iwanami
- Kasahara, Y. (1986). Fear of eye-to-eye confrontatiJn among neurotic patients in Japan. In T.S. Lebra & W.P. Lebra (Ed.), *Japanese culture and behavior: Selected readings (rev. ed.)* (pp. 379-387). Honolulu, HI: University of Hawaii.
- Koichi Satoh, *Transition of Sitting Styles*, *Ars Complete Lectures of Architecture*, Vol. 1, 1927 and Vol. 2, 1928. This article was republished in *Complete Works of Koichi Satoh*, 1941
- Kokutai no Hongi: Cardinal principles of the national entity of Japan**. 1949. Trans. John Own Gauntlett. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Komakichi, Nohara, 1936. *The True Face of Japan*. Jarrolds Limited, London
- Kumakura, Isao, and Verley, Paul. *Tea in Japan. Essays on the History of Cha-no-Yu*, 1977. University of Hawaii Press, Honolulu, Hawaii
- Lebra, Takie Sugiyama, 1976. *Japanese Patterns of Behavior*. The University Press of Hawaii, Honolulu

- Ishii, S. (1975). Characteristics of Japanese nonverbal communicative behavior. Occasional Papers in Speech. Honolulu, HI: Department of Speech, University of Hawaii.
- Ishii, S., & Bruneau, T. (1991) Silence and silences in cross-cultural perspective: Japan and the United States. In L.A. Samovar and R.E. Porter (Eds), *Intercultural Communication: A reader* (6th ed.) (pp. 314-319). Belmont, CA: Wadsworth.
- Kenkyusha's new Japanese-English dictionary. (1954). Tokyo: Kenkyusha.
- Klajn, I. 2008. *Veliki rečnik stranih reči i izraza*, Novi Sad, izdavač
- Jamazaki Vukelić, Hiroši, 2008. *Japansko-srpski i srpsko-japanski rečnik*. Zavod za udžbenike, Beograd
- March, R.M. (1990). *The Japanese negotiator: Subtlety and strategy beyond western logic*. New York: Kondansha (Original work published 1989)
- Marriott, Helen. *Politeness Phenomena in Japanese Intercultural Business Communication*. dostupno na [<https://web.uri.edu/iaics/files/02-Helen-Marriott.pdf>] poslednji put pristupljeno 12.10.2019.
- Marković, Marija, 2012. *Lične zamenice u engleskom i japanskom jeziku*. Neobjavljeni master rad. Filološki fakultet, Univerzitet u Beogradu
- McDaniel, Edwin. *Japanese Nonverbal Communication: A Review and Critique of Literature*. Edwin R. McDaniel Department of Speech Communication San Diego State University San Diego, CA, Paper presented to the International and Intercultural Division of the Speech Communication Association, Miami Beach, FL, (1993, Nov)
- Mizutani, Osamu i Nobuko Mizutani, 1987. *How to be Polite in Japanese*. Japan Times, Tokyo
- Montague, A. (1978). *Touching: The human significance of the skin* (2nd. ed.). New York: Harper & Row
- Moeran, Brian. 1986. **Individual, group and seishin**: Japan's internal cultural debate. In Lebra and Lebra 1986:62-79. . 1989. *Language and popular culture in Japan*. Manchester and New York: Manchester University Press.
- Munakata, T. (1986). Japanese attitudes toward mental illness and mental health care. In T.S. Lebra & W.P. Lebra (Ed.), *Japanese culture and behavior: Selected readings* (rev. ed.)(pp. 369-378). Honolulu, HI: University of Hawaii.
- Munetetsu, Tei, *Seiza to Nihonjin*. Tokyo, Kodansha, 2009.
- Murase, Takao, 1971. *Naikan Therapy*. Honolulu: Culture and Mental Health Program, Social Science Research Institute, University of Hawaii. Reprinted in Lebra and Lebra 1974.



- Murase, Takao, 1971. Naikan Therapy. Honolulu: Culture and Mental Health Program, Social Science Research Institute, University of Hawaii. Reprinted in Lebra and Lebra 1974.
- Murase, Takao, 1984. Sunao. A Central Value in Japanese Psychotherapy. In Marsella and White 1984: 317-329.
- Morsbach, H. (1988). Nonverbal communication and hierarchical relationships: The case of bowing in Japan. In F. Poyatos (Ed.), *Cross-cultural perspectives in nonverbal communication* (pp. 189-199). Lewiston, NY: C.J. Hogrefe
- Morschbach, Helmut, i Tyler, W.J. 1986. *A Japanese Emotion. Amae*. In Harre 1986: 289-307
- Nakamura, Hajime. 1962. Basic features of the legal, political, and economic thought of Japan. In Moore 1962:631-647.
- Nakane, Chie, 1970. *Japanese Society*, Pelican University of California Press, Berkeley
- Natsukagawa, Kyoko, 1992. Japanese Cultural Values Reflected in Educational Guidelines. Unpublished paper. Australian National University (preuzeto iz: Wierzbicka, Anna, 1997. *Understanding Cultures Through Their Key Words. English, Russian, Polish, German, and Japanese*. Oxford University Press, New York)
- Neustupny, Jiri V, 1987. *Communicating with the Japanese*. The Japan Times. Tokyo
- New Shorter Oxford English dictionary (NSOED). 1993. Oxford: Clarendon. O'Grady
- Opler, M. (1945). Themes as dynamic forces in culture. *American Journal of Sociology*, 51, 198-206.
- Ramsey, S.J. (1979). Nonverbal behavior: An intercultural perspective. In M.K. Asante, E. Newmark, & C.A. Blake (Eds.), *Handbook of intercultural communication* (pp. 105-143). Beverly Hills, CA: Sage.
- Ramsey, S.J., & Birk, J. (1983). Training North Americans for interaction with Japanese: Considerations of language and communication style. In D. Landis & R.W. Brislin (Eds.), *The handbook of intercultural training: Vol. III. Area studies in intercultural training* (pp. 227-259). New York: Pergamon Press.
- Reischauer, E.O. (1988). *The Japanese today: Change and continuity*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University.
- Richie, D. (1987). *A lateral view: Essays on contemporary Japan*. Tokyo: The Japan Times.
- Ruch, W. (1984). *Corporate communication: A comparison of Japanese and American practices*. Westport, CT: Quorum Books.
- Ramsey, S. (1985). To hear one and understand ten: Nonverbal behavior in Japan. In L.A. Samovar

- & R.E. Porter (Eds.), *Intercultural communication: A reader* (4th ed., pp. 307-321). Belmont, CA: Wadsworth.
- Rohlen, Thomas P. 1974. *For Harmony and Strength. Japanese white-collar organization in anthropological perspective*. Berkeley: University of California Press.
- Sapir, Edward. 1949. *Selected writings of Edward Sapir in language, culture and personality*. Ed. David Mandelbaum. Berkeley: University of California Press.
- Shimizu, Ikutaro 1968. *Nihon-teki naru mono (Things Japanese)*. Tokyo: Ushio Shuppansha.
- Smith, Robert J. 1983. *Japanese society: Tradition, self and the social order*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Suzuki, Tacuja. *Srpskohrvatski rječnik 2010* Takeda Shoten, Tokio
- Suzuki, Takao. 1978. *Japanese and the Japanese, Words in Culture*, trans. Akira Miura. Tokyo, New York, San Francisco: Kodansha International Ltd.
- Takehara, Tsuneta. 1924. *A standard Japanese-English dictionary*. N.p.
- Takenobu Japanese-English dictionary. 1918. Tokyo: Kenkyusha.
- Travis, Catherine, 1992. *How to be kind, compassionate and considerate in Japanese*. Honors thesis. Department of Linguistics, Australian National University
- Tričković, Divna, 2009. *Gramatička kategorija vremena u japanskom jeziku u poređenju sa srpskim*. Filološki fakultet Univerziteta u Beogradu. Neobjavljena doktorska teza.
- Tričković, Divna. 2006. *Lice u japanskom jeziku s posebnim osvrtom na zamenice, U Lice u jeziku, književnosti i kulturi*. Beograd : UG Philologia, 201-209.
- Tričković, Divna. 2009. „*Pridevi kao zasebna vrsta reči u japanskom jeziku – neke njihove odlike i piblemi definisanja*“ iz časopisa *Anali*
- Watson, M.O. (1970). *Proxemic behavior: A cross-cultural study*. The Hague: Mouton.
- Wierzbicka, Anna, 1997. *Understanding Cultures Through Their Key Words. English, Russian, Polish, German and Japanese*. Oxford University Press, Oxford
- Wierzbicka, Anna, 1999. *Emotions Accross Languages and Cultures. Diversity and Universals*. Cambridge University Press, Paris
- Takenobu Japanese-English Dictionary. Kenkyusha, 1918.*
- Tanaka, Yukari. *Chikan, the Japanese term for groping, is increasingly being recognized abroad*. [<https://www.japantimes.co.jp/news/2018/04/21/national/media-national/chikan-japanese-term-groping-increasingly-recognized-abroad/>] poslednji put pristupljeno 23.2.2019.

Tatsukichi Irisawa, *On the Sitting Styles of Japanese*, Journal of Historical Science, Vol.31, No.8, 1920.

Tazaki, Yusei.2012 *Historical Study of Sitting in Japan: with "seiza" as main topic. Archicultural Translations Through the Silk Road. International conference, Mukogawa Womens University, Nishinomiya, Japan, July 12-4-16 Conference Proceedings*. Dostupno na [[http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iaSU2012\\_Proceedings\\_205.pdf](http://www.mukogawa-u.ac.jp/~iasu2012/pdf/iaSU2012_Proceedings_205.pdf)] poslednji put pristupljeno 12.11.2019.

*NHK Announcer Morimoto Arrested for Groping a Woman on a Train* [<https://japantoday.com/category/crime/nhk-announcer-morimoto-arrested-for-groping-woman-in-train>] poslednji put pristupljeno 23.2.2019.

# DODACI

## ANKETA

現在、博士論文のテーマとして「遠慮に基づいた非言語の表現」に関する研究を行っています。この研究のためにアンケート調査にご協力していただければ幸いです。なお、アンケート調査は匿名で回答していただきます。回答内容は、研究以外に利用することはありません。宜しく願いいたします。

1. 年齢選択してください。

- 25歳以下
- 26歳～35歳
- 36歳～45歳
- 46歳～55歳
- 56歳～65歳
- 65歳以上

2. 性別

- 男性
- 女性

3. いい人を表す形容詞を五つ書いてください。

4. あなたは空いているバスに乗りました。二人席に一人で座っている人ばかりです。あなたはとても疲れています。

- 隣の人に迷惑をかけたくないので、座りません
- 隣の人が下車する時に動かなければならないので、座りません
- 遠慮しないで座ります
- .....

5. ...あなたの街にとっても目立つ外国人(派手、かっこいい等)がいました。あなたはその人を見ますか？

- はい、見たくてしょうがありません
- 好奇心で少し見るけど、失礼なので見ないようにします
- 見ません

- .....

上の質問でBとCに答えた人に質問します。見ない理由は何ですか。

- 興味がありません
- その人に失礼ですから
- 自分が変な人だと思われたくないですから
- .....

7...あなたは知り合いの家にあります。机の上においしそうな食べ物があります。おなかが空いているあなたの反応は

- 食いしん坊に思われたくないので食べません
- 勧められたら、食べます
- 少し食べます
- 遠慮しないで食べます
- .....

8...雨が降ってきました。友達があなたに傘を貸そうとしています。あなたは新しい革の上着を着ています。濡れたくないです。あなたの反応は

- 受け入れます
- コンビニで傘を買います
- 強く勧められたら、受け入れます
- 断ります
- .....

9. 職場にいます。室内は寒いです。あなたは

- 何も聞かずにエアコンをつけます
- 先生か部長がエアコンつけるまで待ちます
- 周りの様子を見て、寒そうな人がいたら、つけます
- 他の人に寒いかどうか聞きます
- 何もしないです
- .....

10. あなたは困ったとき知らない人にも助けを求めることができますか。

- はい、できます
- 友達に連絡して、つながらなかつたら求めます
- もうしわけないので求めません

● .....  
.....

11. 誰かがあなたのカバンの上に座っています。あなたの反応は...

- 文句を強く言います
- 表情や我慢して仕草で気づかせます
- 文句を言いません
- .....  
.....

12. カバンが開いている人を見たら、教えてあげますか。

- 教えます
- 知らない人には教えません
- 危険な目には合わないと思うから教えません
- .....  
.....

13. しばらく両親とはなれます。あなたは

- ハグします
- 手を振ります
- おじぎします
- 言葉を交わすだけで
- 何もしません
- .....  
.....

14. 電車の中で久しぶりに古い友達と会いました。あなたはどんな反応しますか...

- 遠慮しないで話します
- 話しているけど、静かにします
- 連絡先を交換します
- .....  
.....

15. 友達の家で飲み物を出されるときカップの大きさや飲み物の種類や砂糖や氷の量など細かく聞かれました。それについて何と意思いますか。

- 親切です
- 失礼です
- ちよつと面倒くさいです
- .....  
.....

16. 隣のカップルが騒いでいます。彼女がプレゼントをもらって興奮しています。あなたはそれについてどう思いますか。

- 迷惑なので、止めて欲しいです
- ほほえましく思います
- 興味がありません
- .....

## BIOGRAFIJA

Marija Marković, rođena 1982. godine u Beogradu, pohađala je OŠ Vuk Karadžić i Petnaestu beogradsku gimnaziju. 2001. godine započela je studije na Katedri za engleski jezik i književnost Filološkog fakulteta Univerziteta u Beogradu. Na fakultetu je počela da uči i japanski jezik. Diplomirala je 2008. godine. Master studije završila je na matičnom fakultetu 2012. godine, odbranom teze pod nazivom “Lične zamenice u engleskom i japanskom jeziku”. Iste godine upisala je doktorske studije i dobila stipendiju ITO fondacije za studijski boravak u Japanu. Od 2013. godine živi i radi u Japanu.



# IZJAVA O AUTORSTVU

## Izjava o autorstvu

Potpisani-a Marija Marković  
broj upisa 11136 D

### Izjavljujem

da je doktorska disertacija pod naslovom

Enryo u japanskoj kulturi sa posebnim osvrtom na  
neverbalnu komunikaciju

- rezultat sopstvenog istraživačkog rada,
- da predložena disertacija u celini ni u delovima nije bila predložena za dobijanje bilo koje diplome prema studijskim programima drugih visokoškolskih ustanova,
- da su rezultati korektno navedeni i
- da nisam kršio/la autorska prava i koristio intelektualnu svojinu drugih lica.

### Potpis doktoranda

U Beogradu, 29. maja 2019.

Marija Marković

# IZJAVA O ISTOVETNOSTI ŠTAMPANE I ELEKTRONSKE VERZIJE DOKTORSKOG RADA

## Izjava o istovetnosti štampane i elektronske verzije doktorskog rada

Ime i prezime autora Marija Marković

Broj upisa 11136D

Studijski program Studije kulture

Naslov rada Enryo u japanskoj kulturi sa posebnim osvrtom na neverbalnu komunikaciju

Mentor prof.dr Ljiljana Marković

Potpisani Marija Marković

izjavljujem da je štampana verzija mog doktorskog rada istovetna elektronskoj verziji koju sam predao/la za objavljivanje na portalu **Digitalnog repozitorijuma Univerziteta u Beogradu**.

Dozvoljavam da se objave moji lični podaci vezani za dobijanje akademskog zvanja doktora nauka, kao što su ime i prezime, godina i mesto rođenja i datum odbrane rada.

Ovi lični podaci mogu se objaviti na mrežnim stranicama digitalne biblioteke, u elektronskom katalogu i u publikacijama Univerziteta u Beogradu.

**Potpis doktoranda**

U Beogradu, 29. maja 2019.

Marija Marković

# IZJAVA O KORIŠĆENJU

## Izjava o korišćenju

Ovlašćujem Univerzitetsku biblioteku „Svetozar Marković“ da u Digitalni repozitorijum Univerziteta u Beogradu unese moju doktorsku disertaciju pod naslovom:

Enryo u japanskoj kulturi sa posebnim osvrtom na  
neverbalnu komunikaciju

koja je moje autorsko delo.

Disertaciju sa svim priložima predao/la sam u elektronskom formatu pogodnom za trajno arhiviranje.

Moju doktorsku disertaciju pohranjenu u Digitalni repozitorijum Univerziteta u Beogradu mogu da koriste svi koji poštuju odredbe sadržane u odabranom tipu licence Kreativne zajednice (Creative Commons) za koju sam se odlučio/la.

1. Autorstvo
2. Autorstvo - nekomercijalno
3. Autorstvo – nekomercijalno – bez prerade
4. Autorstvo – nekomercijalno – deliti pod istim uslovima
5. Autorstvo – bez prerade
6. Autorstvo – deliti pod istim uslovima

(Molimo da zaokružite samo jednu od šest ponuđenih licenci, kratak opis licenci dat je na poleđini lista).

**Potpis doktoranda**

U Beogradu, 29. maja 2019.

miraprobic

1. **Autorstvo** - Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence, čak i u komercijalne svrhe. Ovo je najslobodnija od svih licenci.

2. **Autorstvo – nekomercijalno**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence. Ova licenca ne dozvoljava komercijalnu upotrebu dela.

3. **Autorstvo - nekomercijalno – bez prerade**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, bez promena, preoblikovanja ili upotrebe dela u svom delu, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence. Ova licenca ne dozvoljava komercijalnu upotrebu dela. U odnosu na sve ostale licence, ovom licencom se ograničava najveći obim prava korišćenja dela.

4. **Autorstvo - nekomercijalno – deliti pod istim uslovima**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence i ako se prerada distribuira pod istom ili sličnom licencom. Ova licenca ne dozvoljava komercijalnu upotrebu dela i prerada.

5. **Autorstvo – bez prerade**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, bez promena, preoblikovanja ili upotrebe dela u svom delu, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence. Ova licenca dozvoljava komercijalnu upotrebu dela.

6. **Autorstvo - deliti pod istim uslovima**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i prerade, ako se navede ime autora na način određen od strane autora ili davaoca licence i ako se prerada distribuira pod istom ili sličnom licencom. Ova licenca dozvoljava komercijalnu upotrebu dela i prerada. Slična je softverskim licencama, odnosno licencama otvorenog koda.