

وام‌واژه‌ها در زبان ژاپنی

هاشم رجب‌زاده (دانشگاه مطالعات خارجی اوساکا، ژاپن)

آغاز سخن

یکی از ویژگی‌های زبان ژاپنی امروز کثرت واژه‌های بیگانه در آن است. هیچ زبانی نیست که واژه‌های بیگانه در آن راه نیافته باشد؛ اما، آسان‌گیری ژاپنی‌ها در گرفتن و به کاربردن این واژه‌ها، که آنها را گای-رای-گو (gairāigo) (واژه‌های آمده از خارج) می‌گویند، در میان اقوام صاحب فرهنگ، کمتر نظیر دارد. ژاپنی‌ها، در گذر نزدیک به دو هزار سال تماس و اقتباس فرهنگی و به تناسب نیازها و احوال زمان، خط و شیوه نگارش و نیز واژه‌های فراوانی را از زبان‌های دیگر گرفتند و، به مرور ایام، جزء فرهنگ خود ساختند. با اتخاذ خط چینی، که از الفبا ساخته نشده است و برای هر کلمه نشانه‌ای نگارشی دارد و آن را می‌توان خط اندیشه‌نگار نامید، بسیاری از واژگان چینی را هم که در ژاپنی معادلی برای آن نبود پذیرفتند. بعدها، در تماس با حوزه‌های فرهنگی و تمدنی دورتر مانند ایران و روم و همراه هنر و فنون گوناگون، واژه‌هایی نیز، از زبان اهل این تمدن‌ها، به ژاپنی راه پیدا کرد. از قرن شانزدهم میلادی، با از راه رسیدن اروپاییان، بسیاری از واژه‌های رایج در زبان‌های مردم باخترزمین در زبان ژاپنی جای گرفت. با آغاز نهضت تجدّد ژاپن در نیمه دوم قرن نوزدهم، این جریان شدت و شتاب بیشتر یافت و، در پی دگرگونی‌های سیاسی و در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، واژگان بسیار، به‌ویژه از زبان انگلیسی، در زبان نوشتاری و گفتاری ژاپنیان جای‌گیر شد. ماتسوموتو¹، در پیش‌سخن کتاب خود

1) MATSUMOTO

(واژه‌های انگلیسی در ژاپنی، ص ۵۰) نمونه‌ای از گفتار هرروزه مردم برساخته که خواندنی است: ما خانواده ماتسوموتو در یک mansion (مآبتمان مجلل) زندگی می‌کنیم. اکنون دارم مسابقه beisubô ru (baseball) را در terebi (television) می‌بینم. همسرم رفته است تا در depaato (department store) خرید کند، و پس از آن، سری هم به supermarket (supermarket) suupaa بزند تا کمی beefu (beef)، pan (واژه پرتغالی برای نان)، bataa (butter)، jamu (jam) و cheesu (cheese) برای صبحانه بخرد. دخترم به beauty salon (beauty salon) byuuji saron = آرایشگاه زنانه رفته است تا paama (permanent wave = فر شش ماهه) بزند. آه، terehon (telephone) دارد زنگ می‌زند. زبان‌شناسان در برابر این حقیقت ماتم می‌گیرند و مآی‌گرایان می‌خواهند که همه این واژه‌ها را از قاموس ژاپنی پاک کنند. اما راستش ما ژاپنی‌ها یکروز هم نمی‌توانیم بی taxi takushi، terebi، radio rajiyo، (radio) rajiyo، shirt shatsu، و belt beruto زندگی کنیم.

در این مقاله، کوشش شده است تا جنبه‌های گوناگون اخذ و اقتباس واژه‌های بیگانه و جافتادن و مستحیل شدن آن در زبان ژاپنی، با مروری در جریان‌های فرهنگی و تاریخی و نیز نگاهی به احوال کنونی، بررسی شود. نمونه‌ها، اعم از واژه‌های ژاپنی یا بیگانه، آوانویسی شده است تا درست خوانده شود.

خط چینی برای زبان ژاپنی

زیرکی ژاپنیان در تقلید و اقتباس منحصر به عصر جدید و محدود به تولید صنعتی نیست. شیوه و شگرد آنان در اخذ فکر و فرهنگ تاریخ دراز دارد. تحقیق‌های انجام شده نشان داده است که ژاپنی‌ها تا قرن سوم میلادی خط نداشتند و، چون دیدند که همسایگان چینی آنها زبان نگارشی دارند، بر آن شدند که شیوه نوشتن آنها را فراگیرند. پس، نشانه‌های نگارشی چینیان یا کانجی^۲ را، که می‌توان خط اندیشه‌نگار نامید، گرفتند و برای مدلول‌های آن به کار بردند؛ اما این واژه‌ها را به همان زبان خود خواندند. آن نشانه‌های نگارشی را نیز که مدلول ژاپنی نداشت با تلفظش گرفتند و، در واقع، خط و لفظ و معنی را یکجا اقتباس کردند.

کانجی تاریخ دراز دارد. تا چند سال پیش، قدیم‌ترین نمونه‌های به دست آمده به این خط از دوره تاریخی یین^۳ (حدود سال ۱۴۰۰ پیش از میلاد) بود. اما، در کاوش

2) Kânji

3) Yin

ویرانه‌های لونگ‌شان^۴ در ناحیه شاندونگ^۵ چین، قطعه سفال‌هایی با این خط متعلق به ۴۰۰۰ تا ۴۵۰۰ سال پیش کشف شد.

چینیان، پس از ابداع اندیشه‌نگاری، به ضرورت کار و در گذر بیش از دوهزار سال، این نشانه‌ها را به صورت پرداخته، خوش‌نقش، متناسب و موزون درآوردند. ژاپنی‌ها نیز، که این شیوه نگارش را اختیار کردند، در صدد سازش دادن آن با زبان و نیازهای خود برآمدند. این کار با دشواری‌هایی چند همراه بود. ژاپنی‌ها نمی‌توانستند صداهای چینی را درست و دقیق تلفظ کنند. همه چینی‌هایی نیز که این خط را یاد می‌دادند به یک لهجه و آهنگ سخن نمی‌گفتند. چنین بود که تداول تدریجی دو یا سه تلفظ برای هر نشانه نگارشی پیش آمد، بر ساخته از تلفظ‌های گوناگون چینیان و تلفظ خود ژاپنی‌ها.

برای نمونه، نشانه نگارشی چینی که مدلول آن «انسان» است، دو قرائت چینی دارد: جین jin و nin. این نشانه در زبان ژاپنی، هیتو hito خوانده می‌شود. اما، هریک از این تلفظ‌ها جایی و موردی دارد و نمی‌توان یکی را، به دلخواه، به جای دیگری آورد. برای مثال، درشکه دستی را جین-ریک-شا jin-rik-sha می‌خوانند، باربر را نین-شوکو nin-shoku می‌گویند و، اگر فقط یک فرد انسانی مراد باشد، هیتو hito گفته می‌شود.

ژاپنی‌ها، پس از اختیار شیوه نگارشی چینی، این خط را رفته‌رفته ساده‌تر کردند و، به تناسب نیازهای خود، در آن تغییرهایی دادند، هم‌چنان‌که طرز خوش‌نویسی خاص خود را نیز در آن پدید آوردند. امروزه، با نگاهی کوتاه به دو متن نوشته شده به خط کانجی به زبان چینی و ژاپنی، می‌توان برفور دریافت که آن نگاشته دست و هنر چینی است یا ژاپنی. جریان ساده کردن و محدود ساختن نشانه‌های نگارشی که کاربرد عام دارد، به ویژه در سال‌های پس از جنگ و به مصلحت رشد اقتصادی و اجتماعی، شتاب گرفت. شمار فراوانی از کانجی‌ها کوتاه و ساده و پرداخته گردیده و شمار محدودی از آن برای نیازهای هرروزه، مانند مکاتبه اداری و کاربرد در رسانه‌های جمعی، انتخاب شده است. وزارت فرهنگ ژاپن ۱۸۵۰ کانجی را که رواج عام دارد معین کرده است و دانش‌آموزان ژاپنی این نشانه‌ها را، که دشوارترینش با ترکیب ۲۳ خط ساخته می‌شود، در دوره نه‌ساله تعلیمات اجباری فرا می‌گیرند.

4) Longshan

5) Shandong

درباره گرفتن خط چینی و سازش دادن آن با زبان و زندگی ژاپنی و جنبه‌های گوناگون کاربرد و تحول این خط در ژاپن سخن بسیار می‌توان گفت که مجال دیگری می‌خواهد.

نگاهی به تاریخ

عصر قدیم - تأثیر فرهنگ چین بر ژاپن، به خصوص در قرن‌های پنجم تا هشتم میلادی، عمیق بود. با اخذ خط چینی، گنجینه واژگان زبان چینی، برای آموزش ژاپنی‌ها، در دسترس قرار گرفت. سرانجام، دو الفبای هجایی از نشانه‌های نگارشی چینی (کانجی) ساخته شد. یکی از این دو الفبا برای نوشتن واژه‌های اشتقاقی و بسیاری واژه‌های خودی و گونه دیگر آن برای نوشتن نام‌ها و مفاهیم بیگانه و غیر چینی به کار رفت.

تحقیقات نشان می‌دهد که واژه‌های فارسی نیز، که در قدیم به زبان ژاپنی راه یافته، بیشتر از مسیر راه ابریشم و همراه آثار تمدن و فرهنگ ایران باستان به ژاپن آمده است، مانند بودو *budō* به معنی «انگور» (از ریشه «باده»ی پهلوی)، بیوا *bivā* به معنی و از ریشه «بربط»، ساز ایرانی، و اوکورا *okurā* (از تره‌بار، که امروزه فارسی‌زبان‌ها «بامیه» می‌گویند). در دوره‌های جدیدتر نیز واژه‌های فارسی بسیاری، بیشتر از راه زبان‌های اروپایی، به ژاپن آمده، از جمله پیرافو *pirāfu* (از *pilaff* انگلیسی محرف *pilau* و مأخوذ از «پلو»ی فارسی) و کیوسکو *kiyosuku*، به معنی «کیوسک، باجه»، (از *kiosk* انگلیسی، محرف «کوشک» فارسی).

دوره میانه - نفوذ فرهنگی مستقیم اروپاییان از سال ۱۵۴۲ که بازرگانان پرتغالی به ژاپن گام نهادند آغاز شد. اینان راه را برای مبلغان مسیحی باز کردند. پس از اندک‌زمانی، تجار هلندی نیز فرارسیدند. آنها تازه می‌خواستند نفوذ خود را در کیوشو^۶ (جزیره جنوب غربی این سرزمین) برقرار کنند که شوگون^۷ (فرمانروای لشکری ژاپن) به مقابله برآمد. رقابت میان امیران ولایات هم به زیان از راه‌آمدگان اروپایی شد که از همان نیمه قرن شانزدهم از داد و ستد گسترده و تبلیغ دینی منع شدند. فقط به هلندی‌ها اجازه داده شد که در جزیره کوچکی نزدیک بندر ناگاساکی^۸ بمانند و تجارت کنند و پزشکی تعلیم دهند. اسپانیایی‌ها، پرتغالی‌ها و هلندی‌ها اثری ماندگار بر زبان و فرهنگ ژاپن گذاشتند.

6) Kyushu

7) Shōgun

8) Nagasaki

چند واژه دخیل در ژاپنی که هنوز به کار می‌رود یادگار آن سال‌هاست و، از این میان، رایج‌تر از همه pan (از پرتغالی) به معنی «نان» است. نمونه واژه هلندی دخیل این دوره koppu به معنی «گیلاس» یا «فنجان» از لفظ هلندی kop است. پس از آن که حکومت لشکری ژاپن (خاندان توکوگاوا^۹) در اوایل قرن هفدهم دروازه‌های ژاپن را به روی خارجی‌ها بست و فقط چند بازرگان هلندی در آن جا ماندند، به مدت دو قرن و نیم هیچ زبان اروپایی جز هلندی در ژاپن خوانده و آموخته نمی‌شد. شکارچیان روسی ماهی‌وال در قرن نوزدهم به شمال ژاپن آمدوشد داشتند، اما هیچ واژه روسی از آن دوره رایج نمانده است.

عصر جدید - با رسیدن ناوگان امریکایی به فرماندهی پری^{۱۰} که آمده بود تا دروازه‌های ژاپن را به روی بازرگانی خارجی باز کند، التهاب و آشوبی در ژاپن برخاست که به سرنگونی حکومت لشکری و اعاده قدرت به امپراتور (که نهضت احیای میجی^{۱۱})، به معنی جنبش بازگرداندن حکومت به امپراتور میجی، خوانده شد) در سال ۱۸۶۸ انجامید. در این سال‌ها و چند دهه پس از آن، ژاپن شماری از جوان‌های مستعد خود را برای آموختن و الگو گرفتن درست به باختر زمین فرستاد. از آن‌جا که انگلیسی زبان واسطه ارتباط بود، ژاپنی‌ها رفته‌رفته توجه بیشتری به آن کردند. در نتیجه بیشتر واژه‌های بیگانه که امروز در ژاپنی رواج دارد از انگلیسی گرفته شده است، مانند (radio) rajio، (merit) meritto و (automation) ôtomeshon. از ایتالیایی، واژه‌هایی که به موسیقی و غذا مربوط است گرفته شده است، مانند (opera) opera و (macaroni) makaroni؛ از فرانسه واژه‌های مربوط به هنر و مُد، مانند dessan «طراحی مُد» (dessin) و ôtokutû ru (haute couture) (همان «بوتیک»); و از آلمانی واژه‌های مربوط به علوم پزشکی، مانند (hormone) horumon و kurute به معنی «پرونده پزشکی» (karte) آمده است.

در سال‌های نزدیک به جنگ جهانی دوم و اثنای آن، که به کار بردن واژه‌های بیگانه منع شده بود، وقفه‌ای در وام‌گیری واژه‌های تازه پیدا آمد. اما، با پایان یافتن جنگ که ممالک متحده آمریکا نیروی مسلط در متفقین حاکم بر ژاپن شد، توجه به زبان انگلیسی قوت گرفت و، به ویژه، صورت امریکایی آن بیش از گونه‌های دیگر به ژاپن راه یافت.

9) Tokugawa

10) Commodore Matthew C. PERRY

11) Meiji

وضع کنونی

در بیش از پنج دهه که از پایان جنگ جهانی دوم می‌گذرد، جریان وام‌گیری تا اندازه‌ای از شور و شتاب افتاده است؛ اما، هنوز زبان ژاپنی نیازمند واژه‌های تازه به ویژه در زمینه علوم و فنون و در حوزه‌های نو، مانند دنیای شگفتی‌آور الکترونیک است. پس وام‌گیری واژه‌ها دنباله خواهد یافت؛ چون، اگر هم برای مفهوم‌ها و محصول‌های تازه کلمه ژاپنی ساخته شود، نشانه نگارشی تازه نمی‌توان ساخت. اندیشه‌نگارهای چینی همان است که هست و اشتقاق‌پذیر نیست.

در یک قرن گذشته، ژاپنی‌ها انگلیسی را زبان واسطه در جهان یافته و آموزش آن را در برنامه تعلیمات اجباری خود گنجانده‌اند و دانشگاه‌های برجسته معمولاً توانایی بالا در زبان انگلیسی را از شرایط اصلی پذیرش دانشجو می‌دانند. پیشرفت‌های تازه در علوم و فناوری را بیشتر با بهره بردن از منابع انگلیسی‌زبان می‌توان پی گرفت و این وضع اقتباس واژه‌های انگلیسی را فزاینده ساخته است. امروزه ژاپنی‌ها عموماً انگلیسی را زبان دوم می‌خوانند.

در این احوال، بارها موجی به مخالفت با وام‌گیری از انگلیسی و دیگر زبان‌ها برخاسته و گفته‌اند که این اقتباس به پاکی زبان و خلوص فرهنگ ژاپنی آسیب می‌رساند. طنز قضیه این است که در بیانیه‌های اعتراضی بسیاری واژه‌های وام‌گرفته از چینی دیده می‌شود. اما، با دامنه گرفتن ناگزیر اقتباس واژه‌های بیگانه، این مخالفت‌ها رنگ می‌بازد و از توان می‌افتد.

در چند دهه گذشته، فرهنگ وام‌واژه‌ها در زبان ژاپنی (که بیشتر مدخل‌های آنها واژه‌های مأخوذ از زبان انگلیسی است)، یکی پس از دیگری، تدوین و نشر شده و شمار مدخل‌ها در آنها از حدود ۲۰۰۰۰ در میانه دهه ۱۹۶۰ به بیش از ۳۰۰۰۰ در دهه ۱۹۸۰ رسیده است؛ از آن جمله است فرهنگ بنگاه انتشارات Shueisha که حدود ۱۰۰۰۰ مدخل دارد و فرهنگ سازمان انتشاراتی Sanseido (چاپ اول آن در ۱۹۷۲ و چاپ‌های متعدد پس از آن) که حاوی بیش از ۳۳۰۰۰ مدخل است (شماری از این فرهنگ‌ها در فهرست منابع این مقاله شناسانده شده است).

رشد سریع اقتباس واژه‌های بیگانه شماری از زبان‌شناسان و ادیبان را به تغییرهای

آوایی و دستوری که در این جریان پدید آمد متوجه ساخت. از جمله، میثورا^{۱۲} در فرهنگ خود به بررسی منتخبی از این واژه‌ها پرداخت.

در سه دهه گذشته، گونه‌ها و شیوه‌های کاربرد واژه‌های بیگانه در ژاپنی بسیار فراوان‌تر و پیچیده‌تر شده است و، در بررسی این وام‌واژه‌ها، نمی‌توان جریان ورود هریک را طی سال‌های متمادی پی گرفت. بررسی علمی از راه یافتن الگوهای این اقتباس و کاربرد وام‌واژه‌ها فقط به همت گروه‌های تخصصی میسر است. مطالعه جریان اقتباس واژه‌های بیگانه در زبان‌های دیگر، مانند رواج الفاظ عربی در اسپانیا پس از فتح اندلس و واژه‌های زبک فرانسه در انگلیس پس از غلبه سال ۱۰۶۶ میلادی و تداول واژه‌های فارسی در شبه‌قاره هند، به بررسی بهتر موضوع کمک خواهد کرد.

هر زبانی به دگرگونی‌های فرهنگی و اجتماعی در گستره خود حساس است. اما می‌توان گفت که زبان ژاپنی سهولت و سازش ویژه‌ای در تطبیق خود با زمانه و دگرگونی‌ها، چه در صدها سال پیش و چه در روزگار ما، نشان داده است. در این چند دهه گذشته، زبان انگلیسی اثر نظرگیری بر ژاپنی گذاشته است. واژه‌های ژاپنی پذیرفته شده در انگلیسی همان نام چیزهایی است که برابر نهاد انگلیسی ندارد، مانند کیمونو و سامورایی؛ در حالی که بسیاری از وام‌واژه‌های انگلیسی رواج یافته در ژاپنی معادل مناسب در این زبان دارد و، با این همه، شماری از آنها یکسره جایگزین معادل‌های ژاپنی شده است.

راه یافتن واژه‌های بیگانه به ژاپنی بر همه جنبه‌های زندگی این کشور و مردم آن اثر نهاده است - از ذوقیات و معماری و هنرهای زیبا گرفته تا زمینه‌های متنوع علوم و فنون، فلسفه، سیاست، اعتقادات و اخلاقیات.

آمیختن خط اندیشه‌نگار و خط الفبایی

پس از آن که ژاپنی‌ها تصویرواژه‌ها یا خط اندیشه‌نگار را از چینیان گرفتند، می‌بایست برای ادات جمله، مانند حرف ربط و عطف و حرف اضافه، یا صرف افعال و حالت‌های

قید و صفت و مانند آن، فکری بکنند؛ چون ساخت زبان چینی به گونه‌ای است که این عناصر در آن نیست، اما زبان ژاپنی، مانند بسیاری زبان‌های دیگر، به آن نیاز دارد. ژاپنی‌ها نخست کوشیدند تا برای این ادات و حالات و صرف افعال هم نشانه‌های نگارشی چینی بیاورند. اما، چون از این راه به نتیجه دلخواه نرسیدند، بر آن شدند تا شماری از نشانه‌ها را کوتاه کنند و به صورت نشانه‌های آوایی یا هجایی درآورند تا صیغه‌های افعال و عناصر پیوندی و دیگر اجزای سخن را با آن نشان دهند. چنین بود که کانا^{۱۳} پیدا آمد که خاص زبان ژاپنی است و در چینی نیست. این الفبای هجایی، که از کانجی‌ها گرفته شده، دو گونه است: یکی هیراگانا^{۱۴} و دیگری کاتاگانا^{۱۵} که هر کدام ۴۶ حرف دارد.

هیراگانا، که بیشتر ترکیبی است از خطوط منحنی، در واقع شکل شکسته‌نویسی کوتاه‌شده نشانه‌های نگارشی چینی است. این الفبای هجایی، در قرن‌های هشتم و نهم میلادی، در اوایل دوره تاریخی هی آن^{۱۶} (سال‌های ۷۹۴-۱۱۹۲ م) ساخته و پرداخته شد. کاتاگانا شکل دیگری از کانا است که آن هم با گرفتن بخشی از نشانه‌های نگارشی چینی و ساده یا کوتاه کردن آنها درست شده است. متن‌های ساده، مانند کتاب‌هایی برای کودکان خردسال، سراسر به هیراگانا نوشته می‌شود. در نوشته‌های دیگر، هیراگانا برای نشان دادن صرف افعال، حالت‌های صفت و قید و ادات پیوندی کلام (مانند حرف عطف و ربط) و همراه کانجی می‌آید. برای درست خواندن کانجی‌های دشوار یا تلفظ صحیح نام‌های خاص در برگ‌های رسمی و مانند آن، اسامی به تلفظ هیراگانا، در بالا یا کنار کانجی، نوشته می‌شود.

کاتاگانا برای نوشتن واژه‌ها و نام‌های بیگانه یا هنگامی که بخواهند بر کلمه‌ای تأکید کنند - چنان که در آگهی‌ها - به کار می‌رود. در مخبرات و، به تازگی، در کار رایانه‌ها و واژه‌پردازها نیز، از کاتاگانا زیاد استفاده می‌شود. در کار با دستگاه واژه‌پرداز، تلفظ کانجی را با نشانه‌های نگارشی کانا نشان می‌دهند. با زدن دکمه‌ای، دستگاه هر واژه یا عبارت را که به کانا داده شده است به صورت کانجی در می‌آورد.

طرز نگارش واژه‌ها و ترکیب حروف کانا در هر واژه بیگانه اختیاری نیست (چنان

13) kânâ

14) hirâ gânâ

15) kâtâkânâ

16) Heian

که در فارسی مثلاً «کمپیوتر» یا «کامپیوتر» می‌نویسند). برای هر وام‌واژه پذیرفته شده در زبان ژاپنی، وزارت فرهنگ ژاپن شیوه نوشتن آن را به کانا معین و اعلام می‌کند.

نارسایی کاتاکانا

ژاپنیان، تا چند دهه پیش، می‌کوشیدند تا واژه‌ها و نام‌های بیگانه را با همان خط اندیشه‌نگار چینی با یک نشانه نوشتاری کانجی، که آوای یکسان با تلفظ واژه دخیل داشت، بنویسند. اما این کار دشواری‌های فراوان پیش می‌آورد و رفته‌رفته کنار نهاده شد. امروزه همه وام‌واژه‌ها و نام‌های بیگانه را به کاتاکانا می‌نویسند.

زبان ژاپنی فقط پنج مصوت دارد، آ، ئی، او، ئه و ئو، و همه صامت‌ها در ترکیب با یکی از این پنج صوت به صورت هجایی درمی‌آید، جز «ن» که تلفظ مستقل هم دارد. پیداست که، چون حروف هجایی کانا محدود است و منحصراً برپایه صداهای این زبان ساخته شده، زبان ژاپنی حرف صامت مستقل جز «ن» ندارد. ضمناً، در نظام آوایی ژاپنی‌ها، طبعاً پاره‌ای از صداها موجود نیست. از این رو، بیشتر واژه‌ها و نام‌های بیگانه به صورتی متفاوت با اصل آن خوانده می‌شود. یک مسئله در تلفظ واژه‌های به صورت کاتاکانا درآمده برای غیرژاپنی‌ها این است که، در تلفظ، تکیه در کدام بخش باید قرار گیرد؛ مثلاً در maneejaa (از manager = مدیر) تکیه روی هجای nee قرار می‌گیرد. مسئله دیگر تلفظ درست حروف در هر لفظ است. زیرا که بسا حرفی مانند f در ژاپنی همان‌گونه تلفظ نشود که در انگلیسی یا زبان دیگر. همین حرف f در ژاپنی تلفظی میان f و h دارد.

آنچه محدودیت آوایی کاتاکانا را امروزه بیشتر به صورت مسئله‌ای فرهنگی و آموزشی درآورده این است که زبان انگلیسی هم در دوره‌های اول و دوم دبیرستان با الفبای کاتاکانا و با این آوانویسی ناقص و عجیب به شاگردان یاد داده می‌شود. در نتیجه، لهجه این دانش‌آموختگان برای انگلیسی‌زبانان چندان مفهوم نیست و کاری که در نتیجه شش سال خواندن زبان خارجی از آنها برمی‌آید ترجمه نوشتاری ساده است. این است که بسیاری از منتقدان وجود کاتاکانا را، به حق، از موانع راه ژاپنی‌ها برای درست یاد گرفتن انگلیسی، به خصوص در تلفظ آن، دانسته‌اند. می‌گویند که شاگردان ژاپنی برای یادگرفتن انگلیسی سخت می‌کوشند، اما در آموختن درست آن و در مکالمه درمی‌مانند.

اهل زبان انگلیسی بر این عقیده‌اند که کاتاکانا دشمن انگلیسی‌دانی ژاپنی‌هاست و این طرز نگارش هیچ ثمری ندارد جز آن که الفاظ لاتینی را در قالبی نارسا و لباسی عاریتی و ناساز جای بدهد. اینان می‌گویند که وام‌واژه‌ها را، که در ژاپنی بیشتر از زبان‌های دارای خط لاتینی گرفته شده است، باید به خط اصلی آن بنویسند و بخوانند و یاد بدهند. کسانی هم می‌گویند که طبیعی است که واژه‌های دخیل تغییر صورت و تبدیل لحن پیدا کند و با عادت و محیط و سلیقه و آوای زبان تازه دمساز شود. لفظ‌های انگلیسی هم از این قاعده مستثنی نیست.

شگفت این است که امروزه، با همه وسایل و امکانات گسترده و پیش‌رفته چاپ و نشر و ارتباطات، باز الفاظ انگلیسی را با خط کاتاکانا می‌آموزند. کانا، که در اصل نوعی تندنویسی به سبک و سیاق قدیم بوده، مناسب زبان ژاپنی درست شده است و برای زبان‌های دیگر، به ویژه آنها که مصوت و صامت‌هایی بس بیشتر از ژاپنی دارد، بستر ناهمواری است. الفبای لاتینی هم برای رساندن الفاظ و آوای شماری از زبان‌های غنی آسیا و افریقا کارآمد نیست؛ اما، باز، به مراتب سازگارتر و مناسب‌تر از کاتاکانا می‌نماید. وام‌واژه‌های انگلیسی بسیار بیشتر و با آهنگ تندتر از کلمه‌های ژاپنی یا چینی-ژاپنی دستخوش تغییر معنایی و رونق گرفتن یا از رواج افتادن است. وام‌واژه‌های امروزی چندسالی دیگر کهنه می‌نماید و زود از رواج می‌افتد. با این همه، شمار واژگان بیگانه رایج در ژاپنی در هر دوره نظرگیر است. یک مسئله این است که از لغت‌نامه‌های ژاپنی کمتر مفهوم امروزی یا معانی متعدد این واژه‌ها به دست می‌آید. بیشتر فرهنگ‌های وام‌واژه‌ها نیز که برای استفاده ژاپنی‌ها تألیف شده نارساست. شماری از این واژه‌ها آسان فهم است و در همان گستره معنایی که در زبان انگلیسی دارد به کار می‌رود، و مسئله‌ساز نیست. اما دسته‌ای پرشمارتر وجود دارد که در ژاپنی فقط به یکی از معانی متعدد آن یا در مناسبت‌های خاص کاربرد پیدا می‌کند یا در جا و معنایی مغایر مفهوم درست آن می‌آید که اهل زبان نمی‌پسندند. خود ژاپنی‌ها هم گه‌گاه واژه‌هایی به قیاس انگلیسی می‌سازند که در نظر انگلیسی‌زبان‌ها ناخوشایند است. ده‌سالی پیش‌تر، گروهی از زنان انگلیسی‌زبان مقیم ژاپن انجمنی ساخته و راه افتاده بودند و به اهل کسب می‌گفتند که ترکیب off %... (= ... درصد تخفیف) درج شده در اعلام‌های حراج فروشگاه‌ها، در نزد اهل این زبان، درست نیست. اما، چون این ترکیب قالبی در میان

ژاپنی‌ها جا افتاده بود، اندرز زبان‌شناسانه به خرج کسی نرفت و این‌روزها گاه دیده می‌شود که شبکه‌های بزرگ فروش کالا نیز، که مشیر و مشار اروپایی هم دارند، این ترکیب را در آگهی‌های حراج فصلی می‌آورند.

مردم ژاپن نیز، که مصرف‌کننده واژه‌های وارداتی‌اند، با این کالای بیگانه دشواری دارند. نتیجه بررسی آماری تازه‌ای که روزنامه یومیوری انجام داد (دسامبر ۱۹۹۹) نشان می‌دهد که بسیاری از مردم ژاپن زیاده‌روی رادیو و تلویزیون را در کاربرد نادرست یا غیرمفهوم واژه‌های کاتاکانا (وام‌واژه‌ها یا کلمه‌های برساخته با واژه‌های بیگانه) از دشواری‌های امروزی زبان ژاپنی و از مایه‌های تباه‌ساز آن می‌دانند. بر حسب حاصل این بررسی، ۸۱ درصد پاسخ‌دهندگان بر آن‌اند که زبان ژاپنی وضع آشفته‌ای پیدا کرده است و ۷۱ درصد از اینان رادیو و تلویزیون را عامل این وضع می‌دانند.

در برابر این پرسش که نگرانی عمده درباره کاربرد امروزی زبان ژاپنی چیست، ۳۸/۳ درصد پاسخ داده‌اند که فزونی بیش از حد واژه‌های کاتاکانا (وام‌واژه‌ها) برای زبان ژاپنی زیان‌بار است. در تعیین این‌که واژه‌های کاتاکانا چه مسئله‌ای به بار آورده، ۵۳ درصد پرسش‌شوندگان گفته‌اند که این وام‌واژه‌ها گاه نامفهوم است و ۲۵ درصد مواردی را به یاد دارند که شنیدن این لفظ‌ها مایه خشم و آزرده‌گیشان شده است. فقط نیمی از پاسخ‌دهندگان به این نظرسنجی معنی وام‌واژه رایج *ribenji* (= revenge = انتقام) یا *mireniamu* (= millennium = هزاره) را می‌دانستند. نزدیک ۶۰ درصد پاسخ‌ها، از رواج بیش از اندازه واژه‌های بی‌ریشه و نامفهوم (من‌درآوردی) یا نام‌آوا مانند (اگر بتوان این صداها و آواها را «واژه» خواند) شکایت دارد. نیز شمار بسیاری از مردم (۴۵/۵ درصد پاسخ‌دهندگان در این نظرسنجی) از کاربرد تعبیرات دور از ادب ناراحت‌اند.

یکی از کارشناسان گفته است که، از میان مایه‌های تباه‌ساز زبان ژاپنی، کاربرد بیش از اندازه واژه‌های بیگانه و ساخت و پرداخت نام‌آواهای بی‌ریشه و مفهومی که رسانه‌های جمعی صوتی در میان جوان‌ها رواج می‌دهند نگران‌کننده‌تر است. به نظر این کارشناس (آقای یاسوئو کیکوچی^{۱۷}، دانشیار زبان‌شناسی دانشگاه توکیو)، دو مسئله دیگر هم بیم‌آور است: یکی آن‌که امروز، شمار هر چه بیشتری از مردم در درست‌خواندن و

درست نوشتن به خط اندیشه‌نگار چینی-ژاپنی ناتوان‌اند و، در نتیجه، در بیان مقصود خود هم نارسایی دارند. دیگر رواج گرفتن زبان جاهلی است، چنان‌که امروزه الفاظ ناسزا مانند «برو بمیر»، که نسل پیش به آن لب نمی‌گشود، بر زبان بچه‌ها روان است. حل این مسئله در گرو همت اولیا و مربیان و اهتمام بیشتر آنها در درست آموزش دادن فرزندان است.

نوشتن و خواندن وام‌واژه‌ها به کاتاکانا

چنان‌که پیش‌تر یاد شد، زبان ژاپنی صامت مستقل جز «ن» ندارد و الفبای آن هجایی است (ترکیب صامت و مصوت که با هم یک صدا می‌سازد). شماری از آواها (در قیاس با فارسی، |a| (زیر، فتحه) و صامت‌های ژ، خ، غ و ق؛ یا، در قیاس با انگلیسی، t و th) در این زبان نیست. این محدودیت مایه عمده دشواری در تلفظ درست وام‌واژه‌ها (برابر یا نزدیک با تلفظ در زبان اصلی) است.

قواعد خواندن صامت‌ها و مصوت‌ها در واژه‌های بیگانه در زبان ژاپنی را می‌توان به ترتیب زیر خلاصه کرد:

– میان دو صامت، مصوت گذاشته می‌شود. هم‌چنین مصوت به آخر واژه‌های دارای صامت پایانی (جز «ن») افزوده می‌شود، مانند **o purezent** (present = هدیه)، **nâito** (night = شب)، و **windo** (wind = باد).

– **d**، به ویژه در آخر کلمه، به **do** بدل می‌شود؛ مانند **baado** (bird = پرنده) و **gâido** (guide = راهنما).

– **g**، در آخر کلمه، به **gu** بدل می‌شود، مانند **songu** (song = آواز) و **mooningu** (morning = بامداد).

– **l** در ژاپنی وجود ندارد و آن، تقریباً در همه جا، به **r** بدل می‌شود؛ مانند **risuto** (list = فهرست)، و **gorufu** (golf = بازی گلف).

– گاه دو یا چند صامت پیاپی، هریک جداگانه، صدادار می‌شود؛ مانند **dry** (= خشک) **dorai**.

– در وام‌گیری، صورت آوایی وام‌واژه‌ها، بدون توجه به صورت نوشتاری آنها، اصل شمرده می‌شود؛ مثلاً به جای **r** در آخر کلمه، حرف ماقبل آن با کشش خوانده می‌شود:

konpyûtaa یا **conpyûta** (computer)، **elebêta** یا **elebêta** (elevator = آسانسور یا بالابر)، و **gita** (guitar = گیتار).

– m و n و d، t و k، g و s، sh و b و v جانشین یکدیگر می‌شوند.
– t به tsu یا to بدل می‌شود؛ چنان‌که در furuu tsu (fruit = میوه) و faasuto (first = نخست).

بسیاری از وام‌واژه‌ها در ژاپنی دستخوش تبدیل صورت و حتی تغییر معنی شده‌اند؛ چنان‌که واژه‌های بلند کوتاه شده‌اند، واژه‌هایی در غیر معنی اصلی به کار رفته‌اند و واژه‌هایی محرّف و در واقع بازسازی شده‌اند. از جمله واژه‌های کوتاه شده است: biru (building = ساختمان)، terebi (television = تلویزیون)، apâ to (apartment = آپارتمان)، waa-puro (word-processor = واژه‌پرداز)، و masu comi (mass communications = رسانه‌های جمعی).

تغییر معنی وام‌واژه‌ها نیز نمونه‌های فراوان دارد؛ از جمله، imêgi uppu (image up = بالا رفتن محبوبیت)، rihô mu (reform = اصلاح افراد یا نوسازی جایی)، iijîda (easy order = نیمه‌سفارشی)، و no meiku (no make = بی‌بزرگ و آرایش).

الگوهای اقتباس

در بررسی‌های زبان‌شناسانه، از الگوهای زیر برای وام‌گیری واژه‌ها به‌ویژه از زبان‌های اروپایی یاد شده است:

– اخذ واژه بیگانه برای رساندن مفهومی که واژه ژاپنی برای آن وجود ندارد یا واژه بیگانه از جهت یا جهاتی بهتر و کارسازتر می‌نماید.
– اختصاری‌ها که نمونه‌های فراوان دارند؛ مانند

R & D (Research and Development = تحقیق و توسعه)، CD (compact disc) و MD (mini disk). نام بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی، صنعتی و بازرگانی ژاپن نیز این‌گونه ساخته شده است، از جمله، BOJ (Bank of Japan)، NCB (Nippon Credit Bank)، FRC (Fiance Reconstruction Commission)، JAL (Japan Air Lines)، NEC (Nippon Electric Company)، ABC (Asahi Broadcasting Corporation)، «سازمان تجارت خارجی ژاپن» هم، که در حکم وزارتخانه‌ای است، به این نام خوانده می‌شود: JETRO (Japan External Trade Organization).

– نام‌های کوتاه‌شده، مانند infure (مختصر infureeshon از انگلیسی inflation «تورم»).

– ترکیب‌های کوتاه‌شده، مانند en suto (مختصرِ engino sutappo از انگلیسی engine stop = از کار افتادنِ موتور)، puro resu (از انگلیسی professional wrestling = کشتی کج)، hyu tekku (از انگلیسی human technology = فناوری انسانی)، waa puro (از انگلیسی word processor = واژه‌پرداز).

– بازپردازی لفظ که رو به فزونی است. از این نمونه‌ها، ژاپنی‌ها خود واژه‌ای را از اصل بیگانه درآورده و بر ساخته یا در غیر معنی نشانده‌اند. نمونهٔ بارز آن نام شرکت معروف سونی ژاپن است.^{۱۸}

میثورا، در تألیف خود، مثال‌هایی از آن یاد کرده است، مانند واژه‌های ساده و مرکب زیر: naitta (ظاهراً از انگلیسی nighter) که مراد از آن بازی بیسبال شبانه است؛

۱۸) آکیو موریتا Akio Morita، پایه‌گذار سونی، در کتاب خاطراتش نوشته است: «در نخستین سفرم به خارج در سال ۱۹۵۳، به این نتیجه رسیده بودم که نام بلندبالای شرکت ما، Tokyo Tsushin Kâbushiki kâishâ، اسم مناسبی برای محصولات ما نیست. تلفظ این نام در ژاپن هم دشوار بود و ما گاه آن را به اختصار توتسوکو می‌گفتم. اما، در امریکا که بودم، دانستم که هیچ کس در این جا نمی‌تواند هیچ‌یک از این نام‌ها را راحت تلفظ کند. ترجمهٔ این نام به انگلیسی هم ناهنجار از کار در می‌آمد. چندگاهی نام Tokyo tele-tech (از Tokyo Telecommunication Technology) را به کار بردیم؛ اما زود متوجه شدیم که Tele-Tech نام یک شرکت امریکایی است. چنین یافتیم که شرکت‌مان نمی‌تواند برای خود جا باز کند مگر آن که نام بدیعی برای آن پیدا کنیم. باز فکر کردم که هر نام تازه‌ای که بگزینیم باید دو کار بکند: هم اسم شرکت‌مان و هم اسم کلی محصولمان باشد... در امریکا که بودم، در این باره زیاد فکر کردم و در آن جا دیدم که بسیاری از شرکت‌ها سه حرف را به عنوان نشانهٔ اختصاری برای نام یا شناسهٔ خود به کار می‌برند، مانند RCA، NBC، ABC و AT & T... مدت‌ها برای انتخاب اسم وقت صرف کردیم... احساس می‌کردیم که به راستی نیاز به نامی داریم که نمودار کار و هدفمان باشد. به دنبال اسم تازه‌ای بودیم که در همه‌جای دنیا شناخته شود و در همهٔ زبان‌ها یکسان و بی‌اختلاف به تلفظ درآید. ده‌ها و صدها نام را بررسی کردیم، لغت‌نامه‌ها را برای یافتن یک اسم مشعشع گشتیم تا به واژهٔ لاتینی Sonus، به معنی «صوت» رسیدیم. خود این واژه هم طنین‌دار به گوش می‌آمد. کار و فعالیت ما انباشته از «صدا» بود. از این رو، «سونوس» کم‌کم در کانون توجه ما قرار گرفت. در آن سال‌ها، در ژاپن، اسم دادن به دیگران با کلمه‌ها و کنایه‌های به عاریت گرفته شده از انگلیسی رو به رواج بود و کسانی پسرهای باهوش و نمکین را sonny-boys یا sonny می‌گفتند. البته sunny و sonny هر دو معنا و آوای مثبت و روشنی داشت... در آن روزها ما هم خود را sonny-boys می‌دانستیم. اما واژهٔ sonny در ژاپن مایهٔ درد سر می‌شد؛ چون در خط ژاپنی برای واژه‌های بیگانه، این نام طوری نوشته می‌شد که son-ni (در ژاپنی به معنی پول گم کردن) خوانده می‌شد... تا یک روز راهی به ذهنم خطور کرد: چطور است که یکی از حرف‌ها را از این کلمه برداریم و آن را به صورت sony درآوریم؟ پاسخ معما را یافته بودیم.

این نام تازه این امتیاز را داشت که در هیچ زبانی معنی دیگری جز «سونی» نمی‌داد، در یاد نگه‌داشتنش آسان بود، و پیامی را که می‌خواستیم برسانیم با خود داشت. به علاوه، از آن جا که این نام با حروف لاتینی نوشته می‌شد، در بسیاری از کشورها مردم آن را واژه‌ای از زبان خودشان می‌پنداشتند (از آکیو موریتا، ترقی ژاپن، تلاش آگاهانه یا معجزه، ترجمهٔ هاشم رجب‌زاده، نشر سروش، ۱۳۷۴، ص ۱۱۹ تا ۱۲۲).

wân man kaa (از one-man car)؛ wân man bâsu (از one-man bus) که به خودروی مسافربری گفته می‌شود که شاگرد راننده ندارد و راننده خود همه خدمات (از جمله گرفتن بلیط) را انجام می‌دهد؛ furu muun (از full moon) - به قیاس honeymoon (= ماه عسل) با ترکیب furu ژاپنی (= کهنه) و honey (= عسل) - در اصطلاح برای سفر دوم دوتایی زن و شوهر (پس از صد و بیست سال).

- ترکیب انگلیسی-ژاپنی، که مثالی از آن در عبارت پیش یاد شد و نمونه‌هایش فزاینده است. مثال بارزی از این ترکیب را چند واژه ساخته و رایج شده در دانشگاه بین‌المللی مسیحی در توکیو یاد کرده‌اند (در اشاره به حالت دانشجویان به اعتبار مایه و منش آنها): hon japa (برساخته از ژاپنی honto-no «واقعی» + japanese)، یعنی «واقعاً ژاپنی»؛ han japa (برساخته از ژاپنی hanbun «نصفه» + japanese)، یعنی «نیمه ژاپنی»؛ hen japa (برساخته از ژاپنی hen-na «عجیب و غریب» + japanese)، یعنی «ژاپنی‌نما اما عجیب و غیرعادی».

واژه‌های دخیل و ساخت واژگانی

از نظر زبان‌شناسی، در وام‌گیری زبانی، این پرسش اساسی پیش می‌آید که وام‌واژه ساخت واژگانی زبان وام‌گیرنده را پیدا می‌کند یا تحت تأثیر ساخت واژگانی زبان وام‌دهنده قرار می‌گیرد. در وام‌گیری زبان ژاپنی، این هر دو حالت مصداق دارد. به خصوص، مواردی که وام‌واژه با پسوند ژاپنی می‌آید فراوان است. پیش‌ترها، که واژه‌های بسیار از چینی گرفته می‌شد، در فعل‌ها، فعل معین ژاپنی suru، به معنای «کردن»، افزوده و افعال صرف می‌شد. در اقتباس واژگان انگلیسی هم وضع چنین بود، با این تفاوت که این واژه‌ها به کاتاکانا (الفبای هجایی) نوشته و بدین‌سان از لغات مأخوذ از چینی متمایز می‌شدند. اما، پس از چندی، واژه‌های انگلیسی را نیز به کانجی (نشانه‌های نگارشی چینی) نوشتند.

در الگوی ترکیبی وام‌واژه‌ها نیز تصرف می‌شود، چنان که در اضافه و صفتی، که در فارسی با e نشان داده می‌شود، از میان ادات گوناگون ژاپنی، na میان صفت و موصوف می‌آید؛ مانند (a modern building) moda nâ biru یا româ nchikku nâ sutô ri (a romantic story). هم‌چنین، از ادات احترامی go و o، که هم‌چون پیشوند در اول نام‌ها می‌آید، واژه‌های بیگانه بیشتر o می‌گیرند؛ مانند o-kô tô «پالتوی شما» و o-sarâ dâ «سالاد شما».

از نمونه‌های ترکیب واژگان انگلیسی با ادات دستوری ژاپنی واژه‌های memoru (memo از memorandum انگلیسی + ru، معادل نشانهٔ مصدری در فارسی) «یادداشت کردن» و demoru (demo از demonstration انگلیسی + ru) «تظاهرات کردن» را می‌توان ذکر کرد.

نمونه‌هایی نیز از ترکیب واژه‌های ژاپنی با تکواژهای دستوری انگلیسی دیده می‌شود، چنان که در زبان گفتاری ترکیب‌هایی مانند sorosorori (ri + soro soro مأخوذ از ey-، پسوند قیدی انگلیسی)، به معنی کم‌کم برگشتن یا مرخص شدن، سراغ داریم.

بازی با الفاظ

جا دارد که از صناعت ادبی بازی با الفاظ که ژاپنی‌ها نهایت هنر و ظرافت را در آن نشان داده و در اقتباس زبانی هم آن را به کار برده‌اند یاد شود.

با آمدن خط چینی به ژاپن، دیری نگذشت که شاعران آموختند که، با بهره‌گیری از نقش و نمای نشانه‌های اندیشه‌نگاری چینی و تلفظ‌های چینی و ژاپنی آنها، شعرهایی بسازند که دارای ایهام باشد و دو یا چند معنی را برساند. این مفاهیم در جاهایی مُعَدَّ و مؤید یکدیگر و در مواردی مجزا و مستقل و در مواقعی متباین و متضادند. قدرت خلاقهٔ این شاعران در آوردن این تنوع در لفظ و معنی تا سال ۷۶۰ میلادی، که نخستین مجموعهٔ شعری ژاپن فراهم آمد، پیشرفت نظرگیر یافته بود. برای کسانی که امروزه بخواهند به طبع آزمایی در صنایع لفظی و معنوی بپردازند، زمینه گسترده‌تر و منابع سرشارتر است. واژگان ژاپنی، با وام‌گیری از زبان‌های انگلیسی و فرانسه و آلمانی و هلندی و جز آن، غنی‌تر شده است. بهره بردن از امکانات و راه‌هایی که زبان ژاپنی برای جناس یا ایهام‌سازی یا دیگر صنایع ادبی به دست می‌دهد نموداری است از حالت پیش‌رفتهٔ اقتباس واژگانی از دیگر زبان‌ها. از نمونه‌های این بهره‌گیری ترکیب و تلفیق زیر است:

yu ← 君 → ai

You and I

در این نمونه، نشانهٔ اندیشه‌نگار چینی به معنی «دوست» yu تلفظ می‌شود و به جای you انگلیسی می‌نشیند. نشانهٔ دیگر، به معنی دوست‌داشتن و عشق، ai خوانده می‌شود که هم‌صدا با I انگلیسی است. این ترکیب، با این ایهام و بار معنایی چندگانه، نام

و عنوان جالبی برای پاتوق‌ها و میعادگاه‌ها، مانند چای‌خانه‌ها و نگارستان‌ها و نمایشگاه‌هاست.

نمونه‌ای دیگر در عبارت *bi-sâirento* (= *be silent*) برای دعوت به سکوت در مکان‌هایی مانند کتابخانه یا بیمارستان است. عبارت انگلیسی دال بر حکم بی‌قید و شرط به سکوت در فرهنگ ژاپنی موهن می‌نماید. پس این عبارت را چنین تعبیر می‌کنند که *bi* تلفظ اندیشه‌نگاری چینی به معنی «زیبا»ست و مفهوم عبارت چنین درمی‌آید که «سکوت زیباست».

نیز گفتنی است که در روز جمعه ۲۹ اکتبر ۱۹۹۹، به دنبال بُرد چشمگیری که نصیب تیم بیسبال فوکوئوکا، شهری بزرگ در کیوشو، جزیره جنوب غربی ژاپن، شد، رسانه‌های جمعی گزارش دادند که چندین فروشگاه، به میمنت این پیروزی، حراج اعلام کردند و کالاهایی را به بهای ۳۹ یین ژاپن به فروش رساندند به نشانه ۳۹ بار تشکر: سان-کیو *sân-kyu*، تلفظ ژاپنی *thank you* انگلیسی، مرکب است از *sân* «۳» و *kyu* «۹».

انگیزه‌ها و کارکردها

وام‌واژه‌ها در زبان وام‌گیرنده، سوای ایجاد ارتباط کلامی، کارکردهای دیگر هم دارد و گاه به چندین هنر آراسته است. شماری از این کارکردها پیش‌تر یاد شد. انگیزه‌های عمده وام‌گیری و کارکردهای آن را در زبان پذیرنده می‌توان چنین فهرست کرد:

چیز تازه، لفظ تازه - با تغییرات و ابداعاتی که در جهان فنی و علمی روی می‌دهد، ناچار باید یا واژه‌های نو ساخت یا آسان‌گیرانه واژه آماده را از زبان دیگر پذیرفت. در ژاپن، ساخته‌های نو صنعتی، از مدل‌های تازه اتومبیل گرفته تا انواع نوشابه و نوشت‌افزار، تقریباً همه نام‌های بیگانه می‌گیرند؛ زیرا که این نام‌ها برای مردم کشش بیشتری دارند^{۱۹} و نیز به راه یافتن کالا به بازارهای دنیا کمک می‌کنند. ساختمان‌ها و مکان‌های کهنه هم، پس از بازسازی، نمایی و نامی بیگانه می‌گیرند. هم‌چنین، با وارد شدن پدیده و فعالیت و نظر و اندیشه‌ای به گستره و اقلیم یک فرهنگ، واژه دال بر آن نیز

۱۹) گفتنی است که نام اتومبیل *مزدا* هم از *اهورامزدا* گرفته شده است. لفظ *مزدا* با نام بنیادگذار آن، *ماتسودا*، سجع دارد. این نام ژاپنی که با دو کانجی *マツダ* (کاج) و *田* (رایج‌ترین پسوند در ترکیب نام‌های ژاپنی) نوشته می‌شود به معنی «کاجستان» است.

پذیرفته می‌شود. واژه‌هایی مانند ژنسانس، لوکوموتیو، رادیو، e-mail از این‌گونه‌اند. پیش‌ترها می‌گفتند که لفظ بیگانه باید ۲۰ تا ۲۵ سال در جایی رواج داشته باشد تا بتواند به قاموس آن زبان راه یابد. اما سرعت تحول و کثرت و تنوع ابداع‌ها در روزگار ما این دوره انتظار را کوتاه ساخته است.

مد روز بودن - پاره‌ای از لفظ‌های بیگانه، به دلیل عام‌پسند یا مد روز بودن، در زبان وام‌گیرنده جای‌گزین می‌شوند. آوردن شماری از این الفاظ وسیله روشن‌فکرانمایی است و نمونه‌های آن در محیط ما هم، در عصر جدید، فراوان بوده است. شماری دیگر، به دلیل سهولت کاربرد و رفع نیاز جامعه رو به تحول، به سرعت برای خود جا باز می‌کنند. نام‌ها و اصطلاح‌های مربوط به رایانه و ابزار و ادوات آن یا دیگر ساخته‌های الکترونیک از این گونه بوده‌اند.

برخی از وام‌واژه‌ها مقبول‌تر از معادل ژاپنی آن شناخته شده‌اند؛ مانند kisu (kiss = بوسه) که بسیار رایج‌تر از معادل ژاپنی آن seppun است. شماری از این واژه‌ها را نیز به دلیل نو و جاذب بودنشان بر واژه‌های خودی ترجیح می‌دهند؛ چنان‌که بسیاری از مردم و، بیش از همه، اهل کسب و تجارت (butsu = boots = چکمه) را رفته‌رفته به جای معادل ژاپنی آن nâgâkutsu («کفش ساق‌بلند») نشانده‌اند، چون نوتر و خوشایندتر می‌نماید.

متجدد‌نمایی - زبان‌شناسان ژاپنی، از جمله میثورا، نمونه‌هایی را یاد می‌کنند که واژه‌های اروپایی در ژاپن برای متجدد‌نمایی یا دادن پوشش و پیرایه‌ای نو به چیزهای کهنه به کار می‌روند؛ چنان‌که حتی مجموعه اتاقک‌های فقیرنشین را manshon (از انگلیسی mansion = آپارتمان مجلل و اعیانی) می‌خوانند یا خانه‌های یک‌اتاقه را که آشپزخانه جدا ندارد DK (اختصاری dining and kitchen) می‌نامند.

واژه بیگانه گاه چیزی را که غربی یا متجدد شده است می‌رساند، حال آن‌که معادل ژاپنی آن چنین مفهومی ندارد. ازین قبیل است kicchin (از انگلیسی kitchen)، که به آشپزخانه فرنگی وار اطلاق می‌شود؛ اما نوع محلی آن را به همان لفظ ژاپنی dâitokoro می‌خوانند.

تأثیرگذاری - شماری از وام‌واژه‌ها را برای تأثیرنهادن بر دیگران می‌آورند؛ از این قبیل است: konpurekkusu، از انگلیسی (inferiority) complex = عقده (حقارت)، که معادل

ژاپنی rettō kan را دارد؛ اما کسانی می‌پندارند که به کار بردن لفظ konpurekkusu آنها را تحصیل‌کرده‌تر و مهم‌تر نشان می‌دهد. نمونه دیگر این دسته از واژه‌ها nihirisumu (nihilism) و emōshonaru (= emotional = احساساتی) است.

کوچی تاکاهاشی ژاپنی، که مدعی معجزات و کرامات است و آیینی نو ساخته و پیروانی گرد آورده، فرقه روحانی خود را rāifu supeisu (= Life Space) نامیده است. وی مدعی است که افراد رو به مرگ یا کسانی را که به بیماری مهلک دچارند، با تلقین و دم خود، زنده نگه می‌دارد و مغزهای آشفته فرد را با نیم ساعت کوبیدن با کف دست خود به فرق سر او شفا می‌دهد (خداوند او را شفا بدهد!)^{۲۰}.

جلوه‌فروشی - در دوره‌ای از تاریخ ادب فارسی، عربی‌نویسی و، در عصر جدید، فرانسه‌دانی مایه تفاخر و وسیله فضل‌فروشی بود؛ چنان‌که دانش لاتینی در اروپای قدیم همین حال را داشت. در ژاپن نیز، قرن‌ها دانستن چینی نشانه اشرافیت و امتیاز شمرده می‌شد و مکاتبه رسمی نخبگان به این زبان بود. امروزه نیز، به کار بردن وام‌واژه‌های انگلیسی نوعی از فرهیخته‌نمایی است؛ اما این واژه‌ها در نوشته‌های رسمی کمتر آورده می‌شود. بنگاه‌های تولیدی و بازرگانی هم چنان بر این نظرند که دادن نام اروپایی به مؤسسه‌ها و کالاها و خدمات (مثلاً در زمینه گشت داخلی و جهانگردی) اثر معجزه‌آسا در جلب مشتری و رونق کسب و کار دارد. دشوار می‌توان مجتمعی مسکونی یافت که نام اروپایی نداشته باشد. فراورده‌های صنایع به نام اروپایی (لاتینی، انگلیسی، فرانسه،...) خوانده می‌شوند و حتی تیم‌های معروف بیسبال، رایج‌ترین و پربیننده‌ترین ورزش در ژاپن و، به تازگی، فوتبال و بسکتبال و والیبال و دیگر ورزش‌ها نام‌های اروپایی گرفته‌اند. اما بنیادهای مذهبی (شینتو و بودایی) و دربار ژاپن هنوز نگارش چینی را مایه فضل و امتیاز می‌دانند.

تفنن و لحن خودمانی - در مناسبت‌هایی، به ویژه میان جوان‌ها، آوردن لفظ بیگانه

۲۰) نیاز با، در واقع، «ویزیت» این عیسی‌دم عصر رایانه، که بارش سفید بلند و چشمان بیمار و خمار و نیم‌بسته و کیمونوی راحتی (یوکاتا) خود را به هیئت قَدیسی آراسته، برای هر ضربه درمانی، ۵ میلیون ین (به نرخ این روزها نزدیک ۴۶ هزار دلار) است. پلیس ژاپن، سرانجام، در روز ۲۲ فوریه ۲۰۰۰، او را، که از بستگان بیمار رو به مرگی ۸ میلیون ین گرفته و سپس او را ماه‌ها مومیایی شده در اتاق هتلی در بستر نگاه داشته بود، با انصارش دستگیر کرد.

نمودار باروح بودن یا صمیمیت است. مثلاً، برای تشکر از کسی (همپایه یا پایین‌تر از خود)، به جای الفاظ مؤدبانه رسمی، sankiyu (= thank you) می‌گویند. الفاظی از این‌گونه برای خداحافظی و گاه احوال‌پرسی یا پاسخ آن هم می‌آید. نیز ازین جمله است (OK = okay).

بیان مؤدبانه و پرده‌پوشی - از کاربردهای واژه بیگانه، آوردن آن به جای واژه‌ای خودی است که چیزی ناخوشایند را می‌رساند یا بر زبان راندنش دور از ادب شمرده می‌شود. در فارسی هم، لفظی مانند «مُردن» کلمه و ترکیب‌های جانشین فراوان دارد: درگذشتن، به رحمت حق پیوستن، به سرای باقی شتافتن و، در ادب قدیم، نماندن، و مانند آن. قدیمی‌ها، به جای آن که بگویند نان یا آرد یا برنج یا نعمت‌های دیگر «تمام شد»، می‌گفتند «برکت شد». هنوز هم بسیاری از ادب‌یافته‌های نسل گذشته چنین می‌گویند. در ژاپنی، o-te-â râu (به معنی «دست‌شویی») با پیشوند o- به لفظ مؤدبانه (به کار می‌رفته و سپس o-toire یا toiretto (از toilet انگلیسی) جای آن را گرفته است. نمونه دیگر در ژاپنی لفظ meido (از maid = خدمتگار زن) به جای واژه خودی jochû است. صندلی‌های مختص پیران در قطار و اتوبوس با نشانه shirubaa-shiito (از silver seat) متمایز می‌شود و سن پیری را shirubaa eiji (از silver age) می‌گویند. در جامعه ژاپن، به اقتضای مدارا و حفظ آرامش و هم‌بستگی اجتماعی، بر آن بوده‌اند که نباید کسانی را زشت، نادار، کم‌هوش یا بی‌بهره از نعمت‌های دیگر بخوانند و، برای رساندن این معانی، به تعبیرهای غیرمستقیم و مجامله‌ای متوسل می‌شده‌اند.

نمونه دیگر وام‌واژه‌های تعارف‌آمیز loan (از loan = وام) به جای واژه خودی shakkin است. در حقیقت، در ژاپن، زیر بار دین بودن یا ماندن را ننگ می‌شمرند و رسم بوده است که آنچه را به وام یا امانت می‌گرفتند تا سال نو نشده پس می‌دادند. هنوز هم، با آن‌که بسیاری از کارها با وام گرفتن و نسبه خریدن می‌گذرد، این احساس تا اندازه بسیار بر جاست.

صراحت - زبان ژاپنی، به تأثیر فرهنگ آن، در بسیاری از حالات بیان، عاری از روشنی و تعارف‌آمیز و دوپهلوست؛ چنان‌که، در پاسخ این سؤال که کسی چیزی را می‌خواهد یا نه، گفته می‌شود ii desu (= خوب است) و گاه دانسته نمی‌شود که جواب مثبت است یا منفی. از این رو، مثلاً در این مورد، برای پرهیز از ابهام و سوءتفاهم، حتی

در بیان رسمی، OK (لفظ انگلیسی) هم گفته می‌شود. نمونه خاص کاربرد واژه بیگانه برای تصریح قضیه‌ای است که یک‌سال پیش، در مصاحبه یکی از وزیران، پیش آمد. آقای می‌یازاوا^{۲۱}، نخست‌وزیر پیشین و وزیر دارایی دولت کنونی ژاپن که از معبود بلندپایگان ژاپنی مسلط بر زبان انگلیسی است، روز ۱۸ ژانویه ۱۹۹۹، در مصاحبه‌ای، در پاسخ این‌که چرا در برابر ائتلاف ناگزیر حزب لیبرال دموکراتیک (LDP) با حزب نوساخته لیبرال به رهبری آقای اوزاوا^{۲۲} سرد مانده است، گفت که نمی‌داند اوزاوا به چه جهت از LDP انشعاب کرد (چند سالی پیش که می‌یازاوا رهبر LDP و نخست‌وزیر بود، اوزاوا، که سردستگی جناحی مؤثر را در این حزب داشت، از آن منشعب و موجب شکست کار نخست‌وزیر و برافتادن دولت شد). می‌یازاوا، سپس، پاسخ خود را با بیان چند کلمه به انگلیسی تصریح کرد. می‌گویند که او، هرگاه که بخواهد موضوعی را به روشنی و دقت بیان کند، به انگلیسی سخن می‌گوید.

جناس و ابهام— در آثار ادب ژاپن از شعر و نثر، جناس و ابهام و دیگر صنایع لفظی و معنوی فراوان آمده و سخن‌پردازان و گویندگان از دیرباز در صنایع گوناگون ادبی طبع آزمایی کرده‌اند. در گنجی مونوگاتاری^{۲۳} (داستان‌های گنجی) نگاشته موراساکی شی‌کی‌بو^{۲۴} (ندیمه‌ای درباری در اوایل قرن یازدهم میلادی)— که برای ژاپنی‌ها به اندازه شاهنامه در نظر ما ایرانیان ارج دارد— نمونه‌های این شیرین‌کاری‌های ادبی، که سخن را رازگونه و دلنشین و پر لطف می‌سازد، بسیار است. امروزه زمینه کاربرد این‌گونه فنون بیان از عرصه شعر و ادب فراتر رفته و از افسون آن در نام‌ها و پیام‌های گوناگون و در رسانه‌های جمعی بهره‌جویی شده است. چندسال پیش که بنگاه راه آهن سراسری ژاپن به چند شرکت تقسیم شد، شرکت منطقه‌ای راه آهن شرقی ژاپن که سهم عمده را در اختیار گرفت، برای انتخاب نامی زیبا و مناسب و مؤثر، عبارت‌ها و ترکیب‌هایی را در نظر آورد که یکی از آنها E-den بود. E، در این ترکیب، نمودار چند لفظ و معنی گرفته می‌شد: یکی، حرف نخستین در ترکیب انگلیسی electric rail car (= قطار برقی)؛ دیگر، حرف آغازی کلمه انگلیسی East (= مشرق). نیز این حرف را می‌توان نشانه every day (= هر روز)، economy (= اقتصاد و صرفه)، و energy (= نیرو) گرفت که

21) Keiichi Miyazawa

22) Ozawa

23) Genji Monogatari

24) Murasaki Shikibu

همه مربوطاند به راه آهن. باز، extern (= بیرون) در ژاپن برای کار در جایی دور از خانه مصطلح است و enjoy (= لذت بردن) هم اشاره‌ای است به سواری و سفرِ راحت و خوش. واژه‌های دیگری مانند easy (= آسانی، راحتی)، elegance (= لطف و ظرافت) را هم می‌شد به سفر با قطار ربط داد. جز اینها، صدای حرف E (لفظ ii) در ژاپنی به معنی «خوب» است. دیگر آن که ترکیب E-den به صورت لفظی خوشایند و دلنشین تلفظ می‌شود که در انگلیسی به معنی بهشتِ عدن یا باغ بهشت است.

این دقت نظر در جنبه‌های لفظی و بار معنایی نشان‌دهنده شیوه سنجیده و پیش‌رفته‌ای است که ژاپنی‌ها در گرفتن واژه‌های بیگانه دارند. در همین جریان انتخاب نام ساده و گویا و گیرا، راه آهن شرقی ژاپن، سرانجام، ترکیب زیبا و برازنده E-den را پذیرفت، چون فکر می‌شد که اختیار نامی که یک معنی آن «خوب» است خودستایی تلقی می‌شود که با فرهنگ مبتنی بر تواضع ژاپنی نمی‌خواند.

پیام و مفهومی مغایر با معنای اصلی - پاره‌ای از وام‌واژه‌ها در ژاپنی مدلولی جز آنچه در زبان اصلی دارند پیدا می‌کنند؛ چنان‌که boss در انگلیسی (= رئیس یا مافوق) معنی موهنی ندارد؛ در حالی که bosu برگرفته از boss بیشتر کنایه از سردمدار و سردسته کارهای پنهانی است. یا، در انگلیسی، super به معنی برتر و بالاتر است؛ اما ژاپنی‌ها sùpâ، برگرفته از super را به معنی خواربارفروشی بزرگ به کار می‌برند (کوتاه شده supermarket). باز، آنچه را که در ژاپن surippa (برگرفته از slipper انگلیسی = دم‌پایی) می‌گویند مدلولی دیگر دارد. واژه‌های بیگانه‌ای مانند kurisumasu (کریسمس Christmas) نیز، که بیش و کم همان مفهومی را می‌رساند که در زبان اصلی دارد، به تأثیر تباین فرهنگی و تفاوت محیط کاربرد، بار معنایی متفاوتی پیدا می‌کند. در حقیقت، کریسمس در ژاپن شبی نیست که، مانند مغرب‌زمین، افراد خانواده گرد هم آیند و بهترین شام را تهیه ببینند و کاج را چراغانی و با هدیه و آویزه‌ها زینت کنند و تولد مسیح را جشن بگیرند؛ بلکه، برای جوانان، موسمی است مختص گشت شبانه و مبادله هدایا؛ برای کودکان (به تأثیر محیط آموزشی)، شبی که به امید یافتن هدیه‌ای در بامداد بر بالین خود، به بستر می‌روند؛ برای کارخانه‌های شیرینی‌سازی، فرصتی که هر چه بیشتر شیرینی بفروشند؛ و، برای شرکت‌ها و بنگاه‌های بازرگانی، مجالی برای برگزارکردن مهمانی و دیدار آخر سال کارمندانشان.

پیشرفت‌های ژاپن و زبان ناهمساز

پس از نهضت تجدّد ژاپن در سال ۱۸۶۸ و در گرم بازار اندیشه‌های نوجویانه که بیش و کم بیست سالی رواج داشت، این زمزمه از گروهی از روشن‌فکران برخاست که یکی از علت‌های عقب‌ماندن ژاپن از غرب خطّ دشوار و پیچیده آن است. موری آرینوری^{۲۵}، که در سال ۱۸۸۵ به وزارت فرهنگ ژاپن هم رسید، پیشنهاد کرد که ژاپنی را با الفبای اروپایی بنویسند و با قواعد معین تلفظ کنند و بخوانند.

در میان روشن‌فکرانی که، در پی نهضت تجدّد درباره اصلاح خطّ ژاپنی، اظهار نظر کردند، عده‌ای خواستار نشانیدن الفبای هجایی *کانا* به جای خط اندیشه‌نگار چینی، بعضی جویای ابداع خط و شیوه نگارشی تازه، و کسانی هوادار کنار گذاشتن یکسره زبان ژاپنی و اتخاذ زبان انگلیسی در حوزه دانش بودند. نمایندگان هر یک از این گروه‌ها، در دهه ۱۸۷۰، مقاله‌هایی در توجیه نظر خود در مجله *Meiroku Zasshi* (تویو افکار)، ارگان انجمنی به همین نام یا *Meirokusha* انتشار دادند. در سال‌های پایانی قرن نوزدهم که ژاپن از تلاش و آزمون تجدّد پیروز بیرون آمد، حقایق اوضاع نشان داد که شیوه نگارشی *کانجی* سدّ راه پیشرفت این کشور و نیز مانع توسعه و تعمیم سوادآموزی نبوده است. از این رو، زمزمه‌هایی که برای تغییر خط و زبان برخاسته بود فرونشست.

امروزه هم کسانی در ژاپن و بیرون آن بر این نظرند که زبان نامأنوس آنها برای بیگانگان سدّ راه‌های آشنایی جهان با تلاش‌های علمی ژاپن است. «سازمان علم و تکنولوژی» ژاپن نیز، در گزارش سال ۱۹۹۱ (کتاب سفید) خود، بر این نظر تأکید نهاد. در این گزارش، با عنوان «رشد جریان جهانی شدن فعالیت‌های علمی و فناوری و مسائلی که ژاپن با آن روبه‌روست»، گفته می‌شد که تبادل اطلاعات میان ایالات متحده آمریکا و اروپا حجم معتنا به دارد و حال آن که دسترسی این کشورها به منابع ژاپنی اندک است. هم‌چنین، با آن که ژاپن، از نظر شمار مقاله‌های علمی محققانش در ردیف سوم، پس از آمریکا و انگلیس، جای دارد، نسبت ارجاع‌هایی که در گزارش‌های علمی به این مقاله‌ها داده شده فقط ۳/۴ درصد کل منابع و مقاله‌های مورد استفاده بوده است. باز، در زمینه تحقیق و تألیف و مقاله‌نویسی مشترک، با آن که چنین همکاری‌هایی

میان ژاپن و امریکا کم نیست، شمار آثار پژوهشی مشترک ژاپن و دیگر کشورها ناچیز است....

در کتاب سفید سازمان علم و فناوری ژاپن، به صراحت آمده است که بزرگ‌ترین مسئله در امر رواج و نفوذ جهانی داده‌های علمی و فناوری ژاپن ناشی از آن است که ژاپنی‌زبانی جهان‌شمول نیست و فعالیت ژاپن در کار تحقیق بنیادی با مقام و موقع این کشور در جهان امروز تناسب ندارد. این حقیقت از این نیز پیداست که «در برابر حدود ۶۰ درصد از محققان و مهندسان اروپایی و امریکایی که خود را در علم و فن برتر می‌شناسند، فقط ۳ درصد از ارباب علم و فن ژاپن چنین احساسی دارند».

به رغم این نگرانی‌های رسمی و گزارشی، پژوهشگران ژاپنی ظاهراً چندان دلوپسی و دغدغه‌ای ندارند. ژاپنی‌های هوشمند، هرچند که جز شمار اندکی از آنان نمی‌توانند در پرتو تسلط بر زبان خارجی در مجامع بین‌المللی و مجالس چندملیتی جلوه کنند، آن‌جا که پای استفاده از منابع مکتوب و اقتباس علمی در میان باشد در نمی‌مانند؛ و اگر دیگران نتوانند به همان اندازه از متون و مآخذ کتبی و نتایج تحقیق علمی آنان بهره‌گیرند، چه باک!

چند نکته در پایان سخن

موج ورود واژه‌های بیگانه به زبان ژاپنی و شتاب فزاینده آن در صد سال گذشته کسانی را در عرصه ادب و فرهنگ این سرزمین نگران از دست رفتن اصالت و خلوص فرهنگی و ارزش‌های ژاپنی کرده است. اما، ناظران و صاحب‌نظرانی پرشمارتر، به پشت‌گرمی استواری مایه‌های فرهنگ ژاپنی، چنین دلوپسی و بیمی ندارند.

چنان‌که نمونه واژه‌های دخیل چینی نشان می‌دهد، اقتباس و وام‌گیری از زبان بیگانه هرگز به واژه‌های آن محدود نمی‌ماند بلکه با تأثیرهای کلی فرهنگی، مانند تغییر ارزش‌های اجتماعی و توسعه داد و ستد معنوی، همراه است. به قول میلر^{۲۶}، زبان ژاپنی برای عناصر و واژگان بیگانه زمینه قبول دارد و ژاپنی‌ها پیوسته به ابداع و نوجویی در زبان و کاربرد آن شوق نشان داده و به طبع آزمایی در بازی با الفاظ دل بسته‌اند. وی

می‌افزاید که شمار فراوانِ واژگانِ وام‌گرفته از بسیاری از زبان‌های جهان از مایه‌ها و منابع پرمایگی و پرباری و سرشاری زبان ژاپنی است.

از میان نتایج گوناگون این اخذ و اقتباس، تأثیر فرهنگی آن در کانون توجه زبان‌شناسی اجتماعی قرار دارد. گوناگونی موجبات وام‌گرفتن واژه‌های بیگانه، تنوع کارکرد این واژه‌ها در زبان وام‌گیرنده، و ممنوع بودن آن در پاره‌ای از مناسبت‌ها از موضوع‌های درخور توجه است و ظرافت و باریک بینی ژاپنیان در این کار اقتباس واژه‌های چینی در هزار و چند صد سال پیش را به یاد می‌آورد.

ژاپنی‌ها زبان، خط، شیوه کشورداری، معماری، دین و چیزهای دیگر را از چین گرفتند. پس از مدتی نسبتاً کوتاه، نخستین مجموعه بزرگ شعری ژاپن، مانیوشو^{۲۷}، که در سال ۷۶۰ میلادی فراهم آمد، شعرهایی در بر داشت که ریزه‌کارانه به بازی با الفاظ و واژه‌ها و تعبیرهای چینی و ژاپنی پرداخته بود. هرچند که صناعات عالی ادبی در کاربرد واژه‌های وام‌گرفته‌شده از زبان‌های مغرب‌زمین به درجه‌ای که در واژه‌های دخیل چینی بود نرسیده، کسانی بر آنند که تأثیر فزاینده زبانی مانند انگلیسی در ژاپنی سرانجام نظرگیر خواهد بود. اگر از جریان هزار و چندصد ساله اخذ و مستحیل شدن واژه‌های چینی قیاس گرفته شود، می‌توان گفت که واژه‌های وام‌گرفته از زبان‌های اروپایی و زبان‌های دیگر نیز، به مرور، شاید در گذر چندین ده یا صد سال، جزء پیکر اصلی زبان ژاپنی گردد و بسیاری از آنها با نشانه‌های اندیشه‌نگار چینی-ژاپنی نوشته شود.

هاسه‌گاوا^{۲۸}، متفکر ژاپنی، در کتاب ارزنده خود، بر این نظر است که وارد شدن واژگان بیگانه در زبان ژاپنی آسیب‌رسان و مایه نگرانی برای ارزش‌های ژاپنی نیست. او درباره گشوده شدن ژاپن به روی واردات کالا و فرهنگ در نیمه دوم قرن نوزدهم، پس از دو قرن و نیم انزوا، نوشته است: «جایگیر شدن سریع فرهنگ بیگانه در این جا ضرورت عملی داشت و به هیچ روی خلاف قاعده نبود» (ص ۳۵). وی این وضع را با اتخاذ بسیاری از جنبه‌های فرهنگ چینی در روزگار دیرین مقایسه کرده و گفته است:

با آن که اقتباس ژاپن از فرهنگی متعالی در ازمنه قدیم طبعاً متضمن و فراآور همه دگرگونی‌های ملازم با این تمدن قاره‌ای (چینی) بود، باز، در همان روزگار هم که هر چیز

27) Manyōshū

28) Hasegawa

قاره‌ای را ستایش می‌کردند، مایه و ماهیت فرهنگ بومی به آن امکان داد که [طی دو سه قرن] تا آغاز دوره تاریخی هی‌آن (از سال ۷۹۴ میلادی) مرحله تقلید و اقتباس را پشت سر بگذارد و به ایجاد گونه‌های فرهنگ ژاپنی بپردازد و ادبیات و معماری و هنری به واقع ژاپنی به بار آورد. ژاپن، پس از نهضت بازگشت قدرت به امپراتور میجی یا نهضت تجدّد (از ۱۸۶۸ م)، از نوچنین نگرانی و مشکلی یافت. اما، این بار هم، مسئله اصلی آن است که عنصر تمدن تازه چگونه باید ژاپنی شود... آنچه مسلم می‌نماید این است که ژاپن در مرحله تقلید محض از باخترزمین نخواهد ماند. (همان‌جا)

شاید این نظر هاسه‌گاوا در وضع وام‌گیری واژگانی امروزه هم صادق باشد. باید توجه داشت که تحوّل و تغییر فرهنگی کند است و شاید چند قرن باید بگذرد تا واژگان و فرهنگ وارداتی در زبان و زمینه تازه مستحیل و خودی شود.

ابداع و تغییر در زبان از جمله با آوردن واژگان بیگانه را غالباً بسیاری از منتقدان مایه‌آلایش و تباهی زبان ملی شناخته‌اند. در اوایل دوره میجی، فوکوزاوا یوکیچی^{۲۹} (۱۸۳۵-۱۹۰۱ م)، از پیشگامان آموزش نوین در ژاپن، نظریه «بریدن از آسیا» را مطرح ساخت. وی بر آن بود که ژاپن در مشرق آسیا باید جامعه و کشور و حکومتی به شیوه اروپایی باشد. آنان که خواهان حفظ خلوص زبان و مخالف تغییر و تبدیل در آن‌اند. اغلب زبان ژاپنی را نمودار فرهنگ این مرز و بوم می‌دانند. این توجیهی است خوشایند که مخالفت با هر نوگرایی و دگرگونی در جریان توسعه و تحول فرهنگی مطرح می‌شود. اما چنین نیست که با تغییر و تحول و نوآوری در زبان، مانند وام‌گیری واژه‌ها، فرهنگ ملی از دست برود. واقعیت این است که ارزش‌های عمیق‌تر و والاتر فرهنگ اصیل و غنی می‌تواند این عناصر تازه زبان را در خود مستحیل کند - همان که هاسه‌گاوا «ژاپنی کردن» خوانده است. زبان و فرهنگ، به این اعتبار، عنصر ایستا نیست بلکه با نیازهای تازه منطبق و سازگار می‌گردد. در صد و سی سال تاریخ پس از نهضت تجدّد، ژاپن، در جریان تعالی و رسیدن به پایه یکی از قدرت‌های اقتصادی جهان، در کار سازگار ساختن خود با این دگرگونی‌ها بوده است. زبان زنده نیز، به سهم خود و در تلاش و تعامل اهل آن برای هم‌ساز شدن با جهان دستخوش تغییر، در جریان دگرگونی و تجدّد است.

29) Fukuzawa Yukichi

منابع عمده

- ARAKAWA, sobei, *Gairaigo Jiten* (Loanword Dictionary), Kodansha, Tokyo 1967.
- CHAMBERLAIN, Basil H., *Japanese Things*, Tuttle, Tokyo 1971 (under "Writing").
- EVANS, Toshie M., *A Dictionary of Japanese Loanwords*, Greenwood press, Westport, Connecticut & London 1997.
- GAIRAIGO, Kenkyukai, *Gairaigo Jiten* (Loanword Dictionary), Shueisha, Tokyo 1981.
- HASEGAWA, Nyozeikan, *The Japanese Character: A Cultural Profile*, Kodansha, Tokyo 1983.
- HOFFER, Bates L., «English Loanwords in Japanese: Some Cultural Implications», in *Language Sciences* (Tokyo), Vol. 12 (1990), No. 1, pp. 1-21.
- HONMA, Takeru, «European Loanwords in Japanese...», in *Descriptive and Applied Linguistics* (Tokyo), No. 20 (Feb. 1987), pp. 69-80.
- KAMIYA, Takeo, *Tuttle New Dictionary of Loanwords in Japanese: A User's Guide to Gairaigo*, Tuttle, Tokyo 1994.
- MATSUMOTO, Toru, *The Random Dictionary: A Glossary of Foreign Words in Today's Spoken Japanese*, Japan Times, Tokyo 1974.
- MEIROKU, Zasshi, *Journal of the Japanese Enlightenment*, William R. Braisted (tr.), University of Tokyo Press, 1976.
- MIURA, Akira, *English Loanwords in Japanese: A Selection*, Tuttle, Tokyo 1979.
- NELSON, A. N., *Modern Reader's Japanese-English Character Dictionary* (Second Revision), Tuttle, Tokyo 1974.
- WALSH, Len, *Read Japanese Today*, Tuttle, Tokyo 1969.
- WEBB, James H. M., *A Guide to Modern Japanese Loanwords*, Japan Times, Tokyo 1990.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی