

## 日本服务性语言研究

桑凤平

(重庆大学 外国语学院,重庆 400044)

**摘要:**服务性语言在日本司空见惯,已成为日本独特的文化现象,分析探讨其作用和规律,有助于了解日本的语言文化现象和信息社会特点,有助于借鉴其经验,拓展汉语语言功能,创造中国德治文化的氛围。

**关键词:**服务性语言;现象;功能;借鉴

**中图分类号:**H36 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-5831(2001)02-0079-03

### Research on the Languages used in Service Industries in Japan

SANG Feng-ping

(College of Foreign Languages, Chongqing University, Chongqing 400044, China)

**Abstract:**The language used in service industries is a unique cultural phenomenon that is commonly employed in Japan. Analyzing and exploring its functions and rules will help us to understand the characteristics of Japanese cultural and linguistic phenomena and of information society in Japan. We can also draw on the experience of it to deepen the functions of Chinese language, and to develop a virtue-oriented society and culture.

**Key words:**the language used in service industries; phenomenon; function; drawing on the experience of

服务性语言指应用于公共场合对所有的人起作用、无偿的、提示性的文字、声音和图像等信息现象。凡是到过日本的外国人,都会对日本社会随处可见的服务性语言现象有所感触。从你踏上日航飞机时,你不仅会被漂亮的图案般的脸庞所吸引,而且还会享受到有关身体、健康及行动等方面的叮咛、关切和引导。在日本本土更是让人沐浴在无微不至、无所不有的服务性语言的氛围之中,似乎日本是用语言宠爱每一个人的国家,也是因文化发达而导致信息过剩的国度。分析日本的服务性语言,有助于深刻了解日本的文化现象和信息社会的特点,有助于掌握日本语言发展规律。

#### 一、服务性语言的普通性

##### (一)无所不在的服务性语言

无所不在的服务性语言,指服务性语言充斥着人们的所有空间领域。大到国家的公共空间,小到家庭夫妻间的叮咛,使人处处感受到服务性语言的存在,徜徉在生活的关照之中。例如,当人们打开电视,会有天气预报之类的服务性语言提示:“今日有

雨,外出时要带好雨具”等。当人们走在路上,会看到各种路标和指示方向的箭头、符号。当来到商店时,商品优惠、打折等语言信息迎面扑来,当然还有导购小姐热情洋溢的商品介绍,让人完全置身于服务性语言之中。

##### (二)无时不在的服务性语言

无时不在的服务性语言,指人的一天乃至一生,都溶于服务性语言之中,都接受着永恒的温切的关怀。吃早点时,微波炉上会有操作语言提示:“开门、关门、加热”等等。工作时,复印机、电脑、传真机等现代化的办公设备,又会有相关的操作和指导,还会有“小心静电、避免长时间使用”等关切性语言。电话中的语音录音装置,更能忠实保留无人时的语言信息。游玩时,旅游安全注意事项、景点介绍、旅游设施等语言信息的提示都好像煞有介事。还有那些投递到住户家中的各种广告传单,使人足不出户便可收集到多种服务性语言信息。

人在少年时得到服务性语言的照顾,这是一种心理、生理保障,是健康成长的重要条件。而当人步

收稿日期:2001-02-16

作者简介:桑凤平(1960-),女,辽宁大连人,重庆大学外国语学院讲师,主要从事日本语言文化、文学翻译研究。

人中年或老年时,仍然会沉浸在关怀、提醒、指导的服务性语言之中,这是一种慰藉、呵护和陪伴。从某种意义上讲,服务性语言对所有人都一视同仁,都是不厌其烦、自始至终的关怀、照顾、体贴。

## 二、服务性语言的特殊功能

服务性语言具有多种功能,并不杂乱无章,有一定规律性;并不漫无边际,而有其针对性;并不大而无当,而是具体细致。它带给人真切的感受,鲜明的信号,切实的作用。如果按功能分类,服务性语言可归纳为四种类型。

### (一)引导性语言信息

引导性语言信息是具体帮助人由不懂到懂,由不会到会,由不能为到能为的程序,这是对人的指引和教导,对人具有辅助性的语言迁移作用。对于不知去向的人,地图、箭头的标记会指引去向。对于不知地点的人,社会提供的语言信息是对人信息稀缺的填充,也是对人经验不足的补充。电视机、复印机、照相机等的说明书,使不是无线电专家的人也能使用,借助服务性语言便可驾驭现代设备。

### (二)规劝性语言信息

规劝性语言信息是对人的言行进行甄别择善的标准,是一种排它性信息,它告诉人们选择正确信息。通常情况下可能存在各种可能性,但只能选择一条最合理的信息,同时,这又是建议性的语言信息。如“请退到白色安全线以外”等。还有银行内的自动取款机前的黄线,提醒人们与正在自动取款机前的操作者保持一米以上的距离,以免给他人带来误解。

### (三)礼节性语言信息

礼节性语言信息是人们相互之间礼貌和修养的信息交流载体。是一种营造氛围的信息,向别人提醒自己的存在,是一种道德性语言。如“欢迎您的光临”等。这些礼貌用语在营造人际交往氛围的同时,令人有种道德的甚至是高尚之感,礼节、客套的语言既是寒暄的形式,又是交际的内在品味。

### (四)警示性语言信息

警示性语言信息是规劝、告诫、提醒,直至是要求人们必须实践的一种服务性语言命令,也是公共道德化的规范的语言信息,有时也是警示性的语言标志。如“小心触电”等。

## 三、服务性语言信息的缺憾

### (一)泛滥的趋势——多余、累赘、杂乱

多余:不顾人们的需要,表现在为了语言而语

言,不说便似缺欠一样。真正的意义不多,有之无意义,缺之则不习惯。

累赘:多此一举,信息低层次化,把生活常识当成至理名言,使人产生负担感。

杂乱:各种语言信息相互交织。有时喧宾夺主,有时齐头并进,缺乏主题,缺乏程序,让人无所适从。如化妆品说明书上的语言信息提示:“本品进入眼睛时,请立刻冲洗”等。

### (二)乏味的现象——重复、浅薄、冗长

重复:指信息单一而语言却多样、多变,简单的事却颠来倒去,淡而无味,缺少内涵,使人味同嚼蜡。如不管对象、不厌其烦地提醒你:“天气要降温,注意保暖、防寒”。酷暑时,又会提醒人们:“注意防暑”。因而,再成熟的人也会被当成小孩子看待。使人们在重复的提醒中,言不由衷而又听之任之。

浅薄:表现为信息内容的肤浅、简单和缺乏价值。如“本品为化妆品,请勿内服”等。

冗长:把小事拉长扩大,简单的事情复杂化。如药品说明书,将药的成份进行专业性的介绍,似乎不懂医学知识的人就无法正确使用药物。看似专业性很强,却不乏卖弄招摇之虞。

### (三)霸道的现象——刺激、强迫、无聊

刺激:表现为能给人的视觉、感官带来强烈反应的语言信息,使人看后即产生大脑皮层的刺激,甚至产生恐惧、胆怯的心理感应。如“小心触电”、“当心烫手”及红色的火苗图案、骷髅的图案等。

强迫:是强硬的、霸权的、无法规避的语言信息。如“不得在此逗留”、“此处不得随意走动”等不容商量的语言信息。

无聊:指充满商业利润味道,而又带有低级趣味的语言信息。此种语言信息多为低级、下流的有关色情服务方面的广告。公用电话亭内及街道上,呼之欲出的性感女郎照片,带着诱惑、挑逗语调的色情交友电话及印有黄色场景电话的传单、卡片等等。

此外,服务性语言信息的负面影响还在于:泛滥的语言信息,成为现代社会的负担;过剩的语言信息,剥夺了人的独立感;模式化的语言信息则磨灭了对客观事物的敏感性。

## 四、服务性语言的中国化设想

中国是礼仪之邦,具有灿烂的文明文化,有较为规范的道德准则。可以认为,中国也是拥有并正需要进一步呼唤服务性语言的国家,只是基于经济生活的相对不发达,使服务性语言明显地少于日本。

引进学习日本文化的有益内容,已成为伴随中国经济振兴而跃跃欲出的文化要求。但是,学习日本的服务性语言,不应过多注重形式,而应注重其内涵及独到的社会价值、深厚的历史作用。因此,积极引进日本社会服务性语言并去伪存真,去粗取精,为我所用,无疑可以成为社会主义精神文明建设的重要补充。

#### (一)大胆引进、学习,使社会充满爱心、关心、热心

被人爱和被人照顾是每个人的需求与愿望。在以人为本的社会原则下,实现人人为我,我为人人的理想,应体现在具体的交际和交流活动中。要特别提倡职业道德,立足在每一个岗位上献出爱心,使整个社会充满爱,使美好的语言更加丰富,让大家共同用爱心编织信息网,使人人都沐浴在爱的网络中。关心他人还要有具体的言行,要有明确的目标,切实有利的措施和鲜明的信号,需要通过服务性语言予以体现。关心他人要有持续的行为,不能靠三分钟的热情,而是靠社会的准则、职业的道德、家庭的伦理等予以规范维持。这就要求不断扩大和推广服务性语言信息,使之成为文明的载体,成为社会爱心、关心、热心的体现。

#### (二)提倡以德治国,使服务性语言成为社会道德建设的有机组成部分

党中央提出以德治国方针以来,德政建设、德育培养已成为法制建设的新补充。服务性语言信息作为意识形态现象充满道德感和价值观。首先表现为道德目标,它是用温和、谦让、劝诱的语言引导人们从善如流,趋利避害。在公共场所广泛使用这种语言无疑是整个社会进步的内在要求。其次,表现为社会道德水准。社会公共语言中刺激性、劝诱性的比例往往是社会道德发展水平的晴雨表。如在公共场所“管好自己的财物,当心扒手”之类的语言提示过多,会给人以社会秩序不稳、治安不良的感觉。而“请给老人、残疾人及带小孩的乘客让坐”式的语言提醒,会使人有种亲切、温馨的感觉,营造这种道德氛围是社会进步的体现。其三,表现为道德责任。服务性语言是社会道德责任的凝练,道德既以协商的形式为出发点,又以不二的选择为归宿。个人行

为的内在规范,是社会进步的鲜明标志。使用服务性语言让人充满了道德责任感,使人从不得已而为之的尴尬中解脱,进而于无声之处使自己的言行纳入文明的轨道。如亲切而及时的交通安全的提醒,经常性的个人身份的提醒,随处可见的言行规范,都会使人产生看似遥远而又出手可及的使命、道德和责任感,使人们从鲜明的道德氛围中自我完善,促使人格升华,进而使社会公德、职业道德、家庭美德在社会和个人的生活时间、空间得到普遍的完善和提高。

#### (三)规避杂、滥、低现象,推广科学性、应用性、简约性服务语言

学习是扬弃的过程,对别人已创造的经验 and 成果应弃其糟粕,取其精华,纳其真谛,推陈出新,尤其要结合中国的国情和文化特点,努力规避日本服务性语言的杂、滥、低现象,推广科学性、应用性、简约性的服务语言,使服务性语言形式成为社会先进文化的有机组成。为此,应注意不能简单追求量的扩大,而要在质上下功夫。借鉴语言,重在语言之外,对日本服务性语言来说,也不是多多益善,而是点到为止,使之规范化、条理化。引导这种语言形式的发展,不仅要保持良好的服务性语言的表现形式,更应有具体、切实的内容,防止泛滥现象,尤其应注意假、冒、伪、劣信息充斥社会,要坚决取缔言不由衷、言而无信的服务性语言,保持服务性语言的纯洁性、真实性和实用性。推广高尚的服务性语言,还要防止低级趣味的商业性语言,努力使这种语言现象成为当今社会的道德风景线。要从可行性出发,创造性地引进外来语言形式,避免空洞、抽象、有损社会道德的言辞出现。形成集科学性、应用性、简约性为一体的服务性语言,注意从庞杂的信息社会中截取符合科学要求的语言符号,从大量的语言交换中,选择对公众有利、对多数人适用而又简便易行的服务性语言内容,并尊重时间的不重复性,尽量形成言简意赅、鲜明扼要的服务性语言风格。使人们从简约的语言信息中获得启发,得到提醒,进而将服务性语言演变成具有中国文化特点并为广大群众所喜闻乐见的信息载体。