

Лидија Тантуровска (Скопје)

Општење меѓу продавачите и купувачите

Клучне речи:

*јазик, функционални стилови,
јазични карактеристики,
разговорен функционален
стил, социолингвистика.*

У раду ћемо анализирати језичке идиоме у вербалној комуникацији, прецизније у првом говорном чину и акламацији измеѓу продавца и купца. Покушаћемо да представиме део македонског колоквијалног језика.

1. Од прогласувањето на независноста на Република Македонија во 1991 година, добивме ново општествено уредување, односно нашето општество стана т.н. демократско. Од општество со хронична превработеност се претворивме во општество, каде што половината од работоспособното население нема работа. Тоа се должи на затворањето на големите фабрики, затоа што големиот број вработени беа во нив. Со тоа се намали куповната моќ на граѓаните. Како последица на тоа, постепено ги снеса големите стоковни куќи, драксторите итн., во кои можеше да се најде сè и сешто. Со оглед на фактот што трговијата остана единствена гранка со која можеше да се заработи, голем број луѓе без определена професија или со различни професии почнаа да се занимаваат со трговија.

На почетокот, малите продавничкиња (т.н. колонијали и сл.), каде што можеше да се купи храна и др., бутиците, каде што можеше да се купи облека, чевли и сл., потоа малите парфимерии, каде што можеше да се најдат дреболии итн., станаа првите приватни купопродажни места.

Пазарите, покрај зеленчукот, овошјето и сл., почнаа да се полнат со најразлична стока. Населението главно почна да се снабдува со стока токму од пазарите. Во последниве години, празните простори на големите стоковни куќи повторно се наполнија, меѓутоа со тезги на кои се продава најмногу облека. Во овие шеснаесет години најдобра димензија доби *сивата економија*.

Од досега кажаното може да се насети профилот на продавачите и на купувачите. Во овој прилог сакаме да направиме

Слика 2007

една мала анализа на јазичниот израз што се однесува на актот: *започнување дијалот меѓу едните и другите во нивната комуникација*.

На проблемот му пријдовме од два аспекта: Прво, анонимно снимање на продавачите и второ, анонимно снимање на купувачите¹.

Се обидовме да опфатиме различни трговски друштва, како по дејност, така и по големина. Снимањата беа направени во/на:

I Продавници за: храна, пијалаци, средства за лична хигиена, за хигиена итн.

1. Мали продавничкиња:

- Специјализирани продавничкиња: за месо, за млеко и млечни производи, за средства за хигиена итн.
- Таканаречени *колонијали*, кои обично се наоѓаат во некоја населба, држат мешана стока и ги задоволуваат потребите на избојани купувачи.

2. Големи продавници што држат мешана стока, од типот на оние чии газди имаат синџир од такви продавници (Тинекс, Веро, Тедико и сл.)

II Продавници за: облека, обувки, домаќинство и др.

- Специјализирани продавници: продавници за обувки, продавници за облека, продавница за бела техника и сл.
- Поранешни стоковни куќи: сега полни со тезги, на кои се продава (најчесто) облека.

III Аптеки, книжарници, продавници за компактни дискови, видео-касети, итн.

IV Тезгите по пазарите (Бит-пазар и Зелено пазарче)

V Продавачи-шетачи² (продавачи на весници и продавачи чија стока е на картонски кутии или пак в раце.

При нашата анализа користевме социолингвистички методолошки чекори: актелно бележење на говорот, негово симнување од лента, анализирање на јазичниот материјал. Ова ни помогна во анализата на разговорниот функционален стил, конкретно на обраќањето меѓу купувачите и продавачите. Во овој прилог со анализата опфативме две насоки: 1) *првичниот акт во воспоставувањето на обраќањето меѓу продавачите и купувачите* и 2) *поздравувањето меѓу продавачите и купувачите на почетокот и на крајот од општењето*.

Опште впечаток е дека почесто продавачите стапуваат во контакт. Тоа е разбирливо од причина што сакаат да ја продадат стоката тие што ја нудат. Во првичната комуникација најчест глагол е *повели* во заповеден начин, без разлика дали е употребен во учтива форма или не е: *Повелете; Повели...* Често пати, дијалогот продолжува, па купувачот кажува што му треба. Во малите продавници за храна и др. (во колонијалите и во специјализираните продавници), купувачот веднаш кажува што му треба: *Два леба, едно млеко, јогурт и... цигари „Бос“; Поле*

1) Им изразуваме благодарност на продавачите што ми помогнаа во снимањето на купувачите (на: Игор, Билјана, Јадранка, Славица и Зорица).

2) Мотивацијата за нивното именување е наша (заб. од Л. Т.), а потекнува од нивниот начин на продавање, т.е. продаваат одејки и стоејки на тротоарите, на пазарите, на крстосниците ... итн

јило/килограм елено месо; Дајте/Дај ми две кутии „Опал“, едно вреќиче „Хит“... итн.

Ако купувачот не е сигурен дали што му треба тоа, го има во продавницата, дијалогот продолжува со прашање: *Добивте еклери?* Чести се да-не прашањата: *Дали имате/држите козјо сирење?*

Треба да се каже и за една појава што е карактеристична за маалските продавници кога станува збор за плаќањето. Продавачите водат книги за запишување, каде што се наплатува со одложено плаќање со или без гаранција. Во такви ситуации комуникацијата се сведува само на: *Еден „Бос“.* Пиши!

Во големите продавници што држат мешана стока, комуникацијата се одвива главно на каса, кога купувачот треба да плати за стоката што ја избрал да ја купи. Тогаш комуникацијата се сведува на минимум: касиерот/касиерката ја кажува сумата. Комуникацијата може да продолжи, ако стане збор за ситни пари, за пишување чек и сл. (*Имате ситно три денари? Потпишете го чекот!*). Иако поретко, општењето може да го почне купувачот, со коментар за високата цена на некој производ, со поскапувањето и сл. Тогаш може, ама многу често не продолжува општењето. Кога станува збор за плаќањето, општењето може да почне од купувачот со некое прашање: *Да го напишам бројот на личната карта? Може ли на илјада и двеста³?; Сакате ситно?* итн.).

Во продавниците за: облека, обувки, домаќинство; во аптеките, во книжарниците, продавниците за компактни дискови итн., исто така, најчесто продавачот го почнува дијалогот со глаголот: *Повелете..., Повели...* Треба да се забележи

дека е доминантна учтивата форма. Се разбира дека и во овие продавници, ако се купи производот, се оди на каса за да се плати, меѓутоа тоа не претставува првична комуникација, за која зборуваме во овој прилог. Повторно, во некои продавници, може да се случи првичниот акт на општење да биде кога се наплатува производот (книга, компактен диск, лек... итн.).

По тезгите, онаму каде што се продава зеленчук, овошје (односно лесно-расиплива храна), продавачите довикуваат по купувачите: *Ајде, повелете..., Повели/Повелете, народе...* при што ја фалат својата стока дека е свежа: *тазе патлициани/ниперки...* или пак, со кажувањето дека малку останало, покажуваат дека нивната стока е квалитетна и брзо се троши: *Још мало, па нестало...*⁴ Често додаваат и некои поговорки: *Мајка да јаде, на ќерка да не даде* итн. Од продавачите на тезгите, а и од продавачите-шетачи може да се слушнат изрази што се однесуваат на ниската цена на производот: *Само (за) десет денари...* или пак: *Три за сто...* и сл.

Последниве години станаа актуелни колпортерите, кои продаваат различни весници по улици, обично на крстосниците (и овие ги вклучивме во групата: продавачи-шетачи). Тие обично довикуваат набројувајќи што продаваат: (*Утрешна*) *Нова Македонија, Вечер; Утрински, Дневник...* Понекогаш кај нив провејува доза на хумор: *Ајде, тазе весници...*

Како сегмент на обраќањето е *поздравувањето*. Со поздравувањето, при купопродажните односи, треба да отпочне општењето меѓу купувачите и продавачите. Меѓутоа, изненадува фактот дека

287

3) Ретко може да се слушне *двесте*.

4) Сè уште се слушаат исказ од српскиот јазик.

не е така. Од нашето истражување се забележува дека поздравувањето: *добро утро, добар ден, добровечер и добра вечер, здраво, пријатно, чао* и др. многу пати се изоставува и онаму, условно кажано, каде што не се очекува. На пазарите, по тезгите итн. поздравување речиси воопшто и нема. Во затворените трговски објекти, каде што беше очекувано дека поздравувањето ќе доминира, од материјалот се гледа дека многу често купувачите влегуваат без да се поздрават и без да пожелат: *добро утро, добар ден* итн. Ова се случува во речиси сите видови продавници. Дали брзиот ритам на живеење или пак нешто друго ги тера луѓето да го премолчат поздравот?! Навистина, во разговорниот функционален стил еконимијата во јазикот е доминантна. Меѓутоа, тоа не подразбира и неучтивост, односно да се избегнува поздравувањето. Веќе кажавме дека почесто продавачите стапуваат во контакт, а ја кажавме и причината: за да ја продадат стоката што ја нудат. Значи, во првичната комуникација може да се случи тие први да поздрават и веднаш потоа да го употребат глаголот *повели* во заповеден начин, без разлика дали е употребен во учтива форма или не: *Добар ден! Повелете! Повели...*

Пред да преминеме на јазичната анализа ќе кажеме за една општа поделеност на комуникацијата меѓу продавачот и купувачот: Од една страна се забележува т.н. *фамилијарен однос*, кој главно се воспоставува меѓу продавачите и купувачите најмногу во т.н. маалски продавници и по пазарите, а од друга, *официјалниот однос*, на останатите продажни места.

2. Јазични карактеристики – Многупати е пишувано за обраќањето, како во другите јазици, така и во македонскиот јазик. При средствата за директно, непосредно општење доаѓа до израз конативната (Јакобсон) или импресивната (Милевски, Билер) функција на јазикот.⁵ Треба да се напомене дека обраќањето зазема особено место во воспоставувањето на комуникацијата меѓу продавачот и купувачот. Во воспоставување на првичната комуникација меѓу продавачот и купувачот, најчесто е глаголското обраќање, потоа заменското, па именското обраќање.

Од глаголското обраќање најмногу е застапен заповедниот начин со или без учтиво обраќање. Продавачите најчесто употребуваат: *Повелете! / Повели!* Сè уште може да се слушне: *Изволте!*, се разбира, остаток од влијанието на српскиот јазик. Купувачите, пак, најчесто употребуваат заповеден начин со формите: *Извинете, ...; Простете, ...; Ве молам...*⁶ по што следува *да-не прашање: ...дали може/можам да до-бијам две кисели води... или: може ли да до-бијам...* итн. Овде спаѓаат и партикулите: *ајде(те), ела(те)*,⁷ употребувани особено од продавачите на пазарите.

Прашалните реченици од типот: *Што Ви/ти треба?; Што сакате/сакаш?; Можам ли да Ви помогнам?*, што ги употребуваат продавачите, се ретки.

Во прашалните реченици се гледа употребата на личната замена за второ лице еднина. Во официјалниот однос, главно се употребува учтивата форма, иако поретко започнува комуникацијата со прашање. Употребата на симетричните: *Ти – Ти; Вие – Вие*; и на несиметричното *Вие – Ти*, кога

5) Минова-Ѓуркова Л. 1990: 13.

6) Не се употребува во секоја ситуација.

7) Конески, К.

се гледа низ призмата на купопродажните односи, зависи од односот што го имаат продавачот и купувачот, односно како ја сфаќаат дистанцијата. Сметаме дека се сведува првично на образованието на продавачот од една и на купувачот од друга страна, потоа изразот на фамилијарноста-блискоста, како и почитта.

Именското обраќање е ограничено и е сведено на неколку апелативи, најчесто професионални, роднински (што ја изгубиле основната релација) и лично име и презиме. Овие апелативи се употребуваат со вокативна функција, без разлика дали има вокативна наставка или пак тоа е кажано со интонација. Од репертоарот на обраќањето на продавачите ќе издвоиме: *Повелете госпоѓо/госпоѓа/госпожја...*; *Ајде мајче/мајко...*; *Повели не(в)есто...*; *Бујрум комшии/комшија; Бујрум комшике...*⁸ итн. Апелативот *комшии/комшија* односно *комшике* може да се слушне и од купувачите: *Комшија, колку ти е лимунот?*. Продавачите и купувачите ги употребуваат и следниве апелативи: *брат*⁹, *братучед*, *чичко/чиче*, *тетке*, *шефе*, *газда*, *дечко*, *синко*, *керко*... итн.

Треба да се напомене дека разновидноста во именското обраќање го има во фамилијарниот однос, кој главно се воспоставува меѓу продавачите и купувачите најмногу во т.н. маалски продавници и по пазарите. Интересен е фактот што луѓето во некои ситуации се познаваат меѓу себе толку добро, што разговараат за сè и сешто, па и за лични работи. Таа

слобода во разговорот се дополнува и со навиките, вообичаеноста, односно продавачите знаат што купуваат нивните постојани купувачи. Кон ова може да се додаде и *зависниот однос* кон некој од купувачите, се разбира, ако е остварен контакт претходно (*Докторе, како обично?*; и поретко со презимето или со името: *Професорке Марковска, од Вашите јаболка?*). Други такви обраќања се: *судијо/судијке, газда/газдарнице, земјак(земјаче)* и сл.



Одделено ќе го разгледаме поздравувањето во рамките на *официјалниот однос* и во рамките на *фамилијарниот однос* меѓу продавачите и купувачите.

1 Најпрвин ќе го видиме *поздравувањето* во започнување на општењето меѓу продавачите и купувачите.

1. Најчести поздрави во *официјалниот однос* при актот – започнување дијалог, односно започнување со општењето, се: *добро утро* (до 10/11 часот), *добар ден* (од пред 12 часот, па се додека е светло)¹⁰, *добровечер* и *добра вечер* (од стемнување)¹¹... итн.

За разлика од официјалниот однос, во рамките на *фамилијарниот однос*, овој репертоар е зголемен. Па така, покрај официјалните поздрави, можат да се сретнат следниве поздрави: *здраво, хај* (поретко)...

8) *Бујрум комшии(ја)* или пак *Бујрум муштери(ја)* и сл., како што е познато, е турцизам во македонскиот јазик и најчесто преставува воведување во комуникацијата, обично на Бит-пазар, каде што продавачите се од друга националност.

9) Може да се сретнат и изведени форми: *брате, братко* ...

10) Се покажува дека во летниот период *добар ден* може да биде и по 20 часот.

11) Во зимскиот период *добровечер/добра вечер* е од пред 17 часот, а во летниот период може да биде дури од 21 часот.

2. Често поздравот може да биде заедно со именското обраќање. Именското обраќање е ограничено и е сведено на неколку апелативи, најчесто професионални, роднински (што ја изгубиле основната релација) и лично име и презиме. Овие апелативи се употребуваат со вокативна функција, без разлика дали има вокативна наставка или пак тоа е кажано со интонација. Од репертоарот на обраќањето на продавачите во официјалниот однос може да се сретне: *Добро утро, господине!; Добровечер госпоѓо/госпоѓа/госпожја!; Момче, добар ден!;*... итн.

Како што веќе спомнавме, во фамилијарниот однос постои поголема разновидност во именското обраќање, поради чувството на блискост (*Добар ден, докторе! Добар ден, професорке Марковска!*). Можат да се сретнат и примерите: *Добар ден, комши/комшија; Пријателе, добар ден!; Здраво, дечко!*¹²... итн. Други такви обраќања се: *судијо/судијке, газда/газдариче, земјак (земјаче)* и сл.

Треба да се забележи дека има слобода во редот на зборовите, односно дека може да биде првин именското обраќање, па потоа да следи поздравот.

II 1. При завршување на општењето во официјалниот однос се употребуваат поздравите: *пријатно, догледање, довидување...* Поздравувањето *добра ноќ* не се среќава.

Во фамилијарниот однос, при актот на завршување на општењето се среќава уште и: *чао, здраво...*

Показателно е дека поздравот *чао* во фамилијарниот однос, а се разбира и во разговорниот функционален стил воопшто, се среќава само за поздравување на

крајот од општењето, иако во италијанскиот јазик го има истото значење како поздравот *здро*во (односно и за поздравување – во започнување на општењето и за поздравување – за завршување на општењето). Во македонскиот јазик, многу ретко може да се слушне *чао* како поздрав за воведување во општењето.

2. При поздравувањето на крајот од општењето, кај купувачите, исто така, може да се сретне и именското обраќање и при официјалниот однос: *Догледање, господине!; Пријатно, девојче!* и при фамилијарниот однос: *Комшике, пријатно!; Пријатно, докторе!; Догледање мајче/мајко!; Чао батка!*

Именското обраќање при поздравувањето на крајот од општењето од страна на купувачите е поограничено. Во официјалниот однос може да се слушне: *Пријатно, газда!*, иако, во зависност од конситуацијата ваквото поздравување може да биде во фамилијарниот однос, во кој може да се слушне и: *Пријатно, комшике!*... и сл.

3. Има и една појава на поздравување, која ја нарековме *двојно поздравување*. Ваквиот двоен поздрав обично се слуша на крајот од општењето: *Пријатно, со здравје!; Со здравје, со убао!*; или пак кон вториот поздрав може да се додаде *да-конструкција*: *Со здравје, со здравје да се јаит*. Ваквите фамилијарни поздрави на крајот од општењето се слушаат главно по пазарите, од продавачите на тезгите.

• Ретко може да се слушне кратка заменска форма употребена во поздравот од типот: *Добар Ви ден!* Ваквиот поздрав е елиптична реченица и е настаната од реченицата: *Ви пожелувам да Ви биде денот добар*. Ваквиот израз се употребува и како поздрав во почнувањето на општењето,

12) Познато е дека во разговорниот функционален стил сè уште постои лексемата *дечко*, а во одредени случаи се среќава и „мутираната“ форма *дечки*.

меѓутоа може да се слушне и на крајот од општењето, како отпоздравување.

Првичниот акт во воспоставувањето на обраќањето меѓу продавачите и купувачите и поздравувањето меѓу продавачите и купувачите на почетокот и на крајот од општењето беа двете истра-

жувачки полиња во нашата анализа. Сметаме дека анализата на двете ситуации покрива дел од разговорниот функционален стил. Може да се заклучи дека јазичните карактеристики што ги презентиравме се дел од нормата на разговорниот функционален стил.

291

summary



Communication between Sales People and Customers

The aim of this paper is to present verbal communication between sales people and customers, more precisely, the first act of communication between them and the manner in which they address each other. In order to carry out this research, customers were recorded secretly (with the consent and help of the sales people), and in another experiment, dialogues were recorded with neither party aware that they were being recorded. Through formal analysis of linguistic forms and the manner of communication, formal and informal relations between are demonstrated.

Литература

- Бугарски 1986: **Бугарски Р.** Језик у друштву. – Београд.
 Видоески 1950: **Видоески Б.** Образовање на вокативната форма кај именките. – Во: Македонски јазик. – Скопје. – Год. 1. – Кн. 8. – Стр. 191–192; и Кн. 9–10. – Стр. 231–325.
 Корубин 1980: **Корубин Б.** Јазикот наш денешен. – Скопје. – Кн. 3.
 Корубин 1994: **Корубин Б.** Македонски историо-социolingвистички теми. – Скопје.
 Марков 1985: **Марков, Борис.** проблемот на обраќањето кон другите лица. – Во: Предавање на XVII семинар за македонски јазик, литература и култура. – Охрид. / Скопје.
 Минова-Ѓуркова 1990: **Минова-Ѓуркова Л.** Обраќањето во македонскиот јазик. – Во: Предавања на XXI семинар за македонски јазик, литература и култура – Охрид. / Скопје. – Стр. 13–21.
 Минова-Ѓуркова 1991: **Минова-Ѓуркова Л.** За разговорниот јазик на македонските родени говорители. – Во: Литературен збор. – Скопје. – Год. XXXVIII. – Кн. 1–2.
 Минова-Ѓуркова 1994: **Минова-Ѓуркова Л.** Синтакса на македонскиот стандарден јазик. – Скопје.
 Минова-Ѓуркова 2003: **Минова-Ѓуркова Л.** Стилистика на современиот македонски јазик. – Скопје.
 Радовановић 1986: **Радовановић М.** Социolingвистика. – Нови Сад: Дневник.
 Совет за македонскиот јазик 2002: **Совет за македонскиот јазик на Република Македонија.** Македонски социolingвистички и филолошки теми. – Скопје.

Сила 2007

ЛИДИЈА ТАНТУРОВСКА

- Тантуровска 2002: **Тантуровска Л.** Обраќањето и политичките промени. – Во: Македонски социолингвистички и филолошки теми. – Скопје. – Стр. 233–240.
- Тантуровска 2005: **Тантуровска Л.** Општење меѓу продавачите и купувачите. – Во: Јазичната политика и статусот на македонскиот јазик. – Скопје. – Стр. 81–90.
- Трневски 1995: **Трневски Т.** Општи карактеристики на јазичниот израз на средношколската младина во Скопје. – Во: Втор научен собир на млади македонисти. – Катедра за македонски јазик. Филолошки факултет. – Скопје.