

「誘い」表現における中日対照研究

— 「誘導発話」に着目して—

黄 明 淑*

“邀请”表达方式的中日对比研究 —从“诱导语言表达”的角度分析—

HUANG MINGSHU

摘 要

文章从“诱导语言表达”的角度进行分析，并以中日两种语言的谈话对比作为出发点，考察了邀请表达行为中的中日语言特征以及语言规律，并通过分析邀请谈话中的谈话结构来比较中国人和日本人两者的邀请方式中的语言差异。

本文把着重点放在邀请部的邀请者的语言行为，首先，考察了中国人和日本人的“诱导语言表达”的整体意味公式的使用率以及多次使用率，其次分析了其语言表达形式。通过一系列的对比考察得出了以下结论。在邀请表达方式中中国人使用“交涉型”的邀请方式，而日本人使用“谦让型”的邀请方式。

关键词：邀请表达、“诱导语言表达”、谈话展开、意味公式、语言行动

1. はじめに

グローバル化時代の発展に伴い、中国人と日本人の交流やコミュニケーションがますます盛んになっていくと考えられる。しかし、コミュニケーションが活発になる一方で、それぞれの文化に起因するコミュニケーションの誤解や摩擦も多く見られ、決して見過ごせないものである。そして、その引き起こされた誤解や摩擦は、単なる言葉や文法的な違いだけではなく、それぞれの文化や習慣、考え方、価値観を反映しているとされるコミュニケーション・ルールの違いから生じる可能性があると考えられる。

筆者は日本に来て、日本人の友人に誘われたり、逆にこちらから誘ったりするが、言葉が理解できているにもかかわらず、相手の意図が掴み切れなかったり、こちらの意図が正確に伝わらずにお互いの意思を誤解してしまうことがあった。例えば、中国では親しいもの同士であれば、「すごく面白い映画があるから、ぜひ行こうよ」とか「チケット代は私がおごってあげるから、是非一緒に行こうよ」などといった表現を用いて積極的に誘ったりする。しかし日本の場合だと、「忙しそうだから無理しないでいいけど、どう？」とか「もしよかったら、一緒に行きませんか」など、相手に配慮した表現を使用したりする。日本では一般に使われる表現であるが、当初中国人である私には（誘ってはいながらも）断ってほしいサインなのか、あるいは本気で誘っているのかどうか理解できず、違和感を感じたことが何度かある。日本人のように、相手と距離をおいて相手の気分を害さない程度に誘うことや、中国人のように、相手にとっていい機会や利益だと思い、あらゆる魅力的条件を提示して積極的に誘うなど、筆者は日本生活から得た経験から文化によって誘い方が異なっているように思われる。

山本（1982）が指摘したように、言語は文化の凝縮であり、文化と密接に関連している。森山（2010）は、

キーワード：「誘い」表現、「誘導発話」、談話の展開、意味公式、言語行為

*平成22年度 国際日本学専攻

日本語教育現場において、言語に留まらず、文化をも教える総合的日本語教育が求められていると指摘している。また、久保田（2008）は、文化に関する情報不足によって、自文化の見方だけを基に他文化を解釈してしまうことがよくあると述べ、自文化と他文化の類似性と差異、両方を教えることの重要性を強調している。さらに、「文化の差異を分析することによって、相互の誤解や衝突が避けられる一方、類似性に焦点を当てることによって目標言語話者に対する母語話者の肯定的な態度を養うことができる」と指摘している。

以上の問題意識から本研究では、「誘い」談話における言語表現の内、「誘導発話」という意味公式に着目する。「誘導発話」とは、「誘われる側の否定的反応に対して、相手が誘いの話にのって来るように相手にとって魅力的な情報を与えたり、興味を引き出すために有力な情報を伝えることを表す発話」である。例えば、「チケット代は私がおごってあげるから」「**テレビ局に行けるよ」等の表現が含まれる。この課題は前述の筆者の経験と密接に関連しており、「誘い」談話における中日の特徴を表す重要な分析視点であると考えられる。以上のようなことから、文化が異なることで、「誘導発話」による「誘い」の言語行為が中日間でどのような特徴と差異があるかに興味を引かれ、研究テーマと設定した。

2. 先行研究

2.1 用語の定義

まず、本研究で出現頻度が多い用語について以下のように定義を行う。

「誘い¹」 自分がいいと思うこと、行おうと思っていることに相手も一緒に行動するよう働きかける行為である。

「誘い部」 誘いの開始から内容の伝達までの段階である。本稿では誘う側の誘いから誘われる側の初めての意志表明（断りや受諾など）が起きた時の段階を誘い部の分析対象とする。

2.2 先行研究

これまでの「誘い」に関する研究は、機能の分類を中心に行われたもの、「意味公式」の分類観点から分析したもの、誘う側と誘われる側のインターアクションの観点から分析したものが中心であった。

2.2.1 機能の分類に着目した研究

「誘い」に関する先行研究で、代表として挙げられるのがザトラウスキー（1993）である。ザトラウスキー（1993）は、電話の自然会話を用いて、日本語の勧誘²の構造分析を行っている。そこで、「話段³」という分析枠組みを使用し、勧誘の会話の構造について開始部の談話、誘いの談話、終了部の談話の他に、勧誘の話段、勧誘応答の話段等、談話の連鎖ごとに詳細な研究が成されている。また、ファン（1997）では開始部の構造に注目し、どのような連鎖があるか、どのような連鎖が欠如しているかを分析している。

筒井（2002）は初級の指導項目として必ず取り上げられる誘いの会話を例にとって、どのように会話の状況を認識し、授業の指導項目として提示していけばいいのかに焦点を当てて分析している。その結果、誘いの談話構造は、具体的な状況によって様々なバリエーションがあるように見えるが、すべてにく勧誘>とく相談>という共通した基本構造が存在すると主張している。

鈴木（2003）では、誘いの談話を、発話・談話・言語行動の3つのレベルで捉えるべきだと主張している。発話とは、「～ます?」「～ませんか?」「～ましょう」などの表現形式を指し、談話とは、誘う側が誘われる側に一緒にある行為を行うように働きかけ、誘いに関する事柄について合意形成を行う相互交渉の過程であり、言語行動とは、誘われた行動が実行可能な状態に至ることであるとしている。

2.2.2 「意味公式」に着目した研究

誘いや依頼（アクドーアン・プナル、大浜るい子2008、徐2007）、断り（藤森1996、吉田2010）などの言語行動を分析する研究でしばしば援用される枠組みとして「意味公式」がある。「意味公式」は誘い談話における言語表現を言語形式で分析するのではなく、それぞれの表現を機能別に分類する研究方法である。「誘い」に関す

る研究の中で、「意味公式」に着目したものとしては、鄭（2009）、黄（2010）が挙げられる。

鄭（2009）は、「意味公式」の分析方法を用いて、DCT（談話完成テスト）による日韓の勧誘ストラテジーを対照分析している。その結果、日本語母語話者は韓国語母語話者に比べ、「もしご都合がよろしければ」などといった「気配り発話」が多いことや「共同行為要求⁴」の表現に「今日夕飯でも一緒にどう？」などといった相手の「意向」を尋ねる表現が多いことが明らかになった。それに対して、韓国語母語話者は日本語母語話者に比べ、「前置き」発話の中に挨拶や相手への呼びかけ、相手の近況を尋ねる発話が多いことや「誘導発話」の中に相手のことをほめる発話が多いこと、「共同行為要求」の表現に「Aさんと一緒に行きたいよ」などといった自分の「希望」を示す表現が多かったとしている。

黄（2011）は、「共同行為要求」に注目して、中国語母語話者と日本語母語話者のロールプレイによる誘い談話分析したところ、日本語母語話者は「～ませんか。」「～どう？」などといった「相手の意向を尋ねる」表現形式を多用する傾向があるのに対して、中国語母語話者は「～ましょう」「一緒に行ってほしい」などといった「自分の意向を述べる」表現形式を多用する傾向があると指摘している。

2.2.3 誘う側と誘われる側のインターアクションに着目した研究

「誘い」に関する言語行動の研究の中、誘う側と誘われる側のやりとりのインターアクションに着目し、分析したものとしては、倉本・大浜（2008）が挙げられる。

倉本・大浜（2008）では、日本人学生を対象として誘う側と誘われる側のやりとりを分析している。その結果、誘う側は「行こうよ」などといった誘いそのもの、及び「これから二次会あるんですけど」などの前置き表現や、情報提供が見られ、誘われる側には断りや受諾、「途中で帰ってもよければ」といった条件提示が見られたとしている。また、断りの後には多くの場合再誘いが見られたとしている。

以上の研究では、言語間の「誘い」表現における大枠の構造や全体的言語パターンが明らかになっている。しかしそれぞれの分析視点（例えば、「誘導発話」など）が「誘い」の中で果たす役割について詳細に記述したものは管見の限り見当たらない。つまり大枠の観点で言語行動が異なることは明示されているが、具体的にどのように異なっているかは明らかにされていない。

本研究では、「誘導発話」に着目し、量的、質的な分析方法を用いて、CNSとJNSの誘い部における特徴と差異を比較、考察することを通して、その言語行為に帰属するコミュニケーション・スタイルの違いを見出すことを目的としている。その結果から得られた知見から、「誘い」コミュニケーションにおいて、どのような問題が起り得、その問題をお互いにどのように対処することが必要であるかを明らかにしていくことに貢献したいと考える。このような観点からの研究は、日本語教育や異文化間コミュニケーションにおいて、文化の違いによる誤解や摩擦を軽減し、円滑なコミュニケーションを実現するのに必要なものだと考えられる。

3. 研究目的と研究課題

先行研究以下のように研究課題（以下RQ）を立てる。

- RQ1 CNSとJNSの「誘導発話」の全体的使用頻度には、どのような差が見られるか。
- RQ2 CNSとJNSの誘い部で使用された「誘導発話」の連続使用数には、どのような差が見られるか。
- RQ3 CNSとJNSの「誘導発話」の表現形式には、どのような特徴が見られるか。

4. 研究方法

本調査では2009年5月から2009年7月⁵にかけて日本及び中国の大学でデータを収集した。中国人、日本人それぞれ17組、合計34組である。協力者は全員大学生であり、同じ授業に出たり、同じゼミ、サークルに所属したりしている友人同士⁶である。友人同士の設定にしたのは、年齢の差が分析結果に及ぼす影響を避けるためと、日ごろ同じ大学の同じ学年あるいは同じサークルの友達なら馴染みがあるため、一層自然な会話データが取れると思ったからである。

本研究ではロールプレイを分析データとして用いる。ロールプレイに設定したのは、日常で行われる言語行動を最も実際の会話に近く具現化するのに最適な方法だと考えたからである。ロールプレイの内容は、誰でも参加可能な中日・日中カラオケコンクール⁷に誘うことを誘い内容に設定した。ロールカードは以下に示す通りである。

ロールカード（日本語版）

A：7月17日日中カラオケコンクールがあります。あなたは友達のBさんと一緒に行きたいと考えています。チラシの情報にもとづき、Bさんを誘ってください。
B：あなたは、Aさんから日中カラオケコンクールに行こうと誘いを受けます。自分の実際の状況にもとづいて、あなたならAさんの誘いにどう答えるかを考えながら、Aさんと会話をしてください。

ロールカード（中国語版）

A：6月26号有一个大连中日歌曲演唱电视大赛，你想跟你的朋友B一起去观看。根据宣传单上的信息，请你去邀请B。
B：你接受B的邀请去观看中日歌曲演唱电视大赛。根据你的实际情况去考虑如果你将怎样接受A的邀请。与A做出一段对话。

リアルさを求めるために、本調査では筆者が作成したチラシを用いて、ICレコーダーで録音を行った。録音は協力者が気楽に話せる場所（教室、学生控え室等）で行った。会話の時間は特に設定せず、時間にこだわらず、できるだけ自然な形で会話を終了させるように指示した。収録したデータは筆者が文字起こしを行い、中国人一名、日本人一名に確認をしてもらった。

5. 分析対象

誘いや断り、依頼等言語行為に主に用いられる分析観点には、「発話機能」（ザトラウスキー（1993））と「意味公式」（鄭2009、黄2010）がある。「発話機能」と「意味公式」は、言語の意味と形式の対応関係が談話の中でどのように機能しているのかという点において共通していると考える。本研究では、「誘導発話」が提起された鄭（2009）に従って、「意味公式」を分析観点として用いる。「意味公式」とは、“semantic formula (Olshtain & Cohen1983)”の訳語で、発話行為を構成する最小の機能的な意味単位である。Olshtain & Cohen (1983) は「意味公式」は異文化間の発話行為の具現化のパターンを比較するのに適している機能単位であると述べている。例えば、「チケット代は私がおごってあげるから」「**テレビ局に行けるよ」は言語形式からみればそれぞれ異なるが、機能的には「誘導発話」という一つの意味公式にまとめられる。本研究で用いた分析対象は以下のようにコーディングを行った。まず、RQ1では「誘い」談話に用いられた意味公式を分類し、その中で「誘導発話」の数を集計した。RQ2では「誘導発話」の連続使用数を集計した。「誘導発話」の連続使用数は、誘う側の一発話において、「誘導発話」が連続使用された回数を数えたものである。

6. 結果

6.1 RQ1：全体的使用頻度

RQ1では、計17組データの誘い部における「誘導発話」の全体的使用頻度を調べる。CNSとJNSそれぞれ17組のデータに見られる全部⁸の「意味公式」を抽出し、そこから「誘導発話」が「意味公式」全体の使用頻度の中に占める割合を計算した。図1に示す使用頻度は、「誘導発話」の使用回数を「意味公式」全体の使用回数で割ったものである。割ったものである。その結果、以下のような結果が得られた。以下図1に示した通りである。

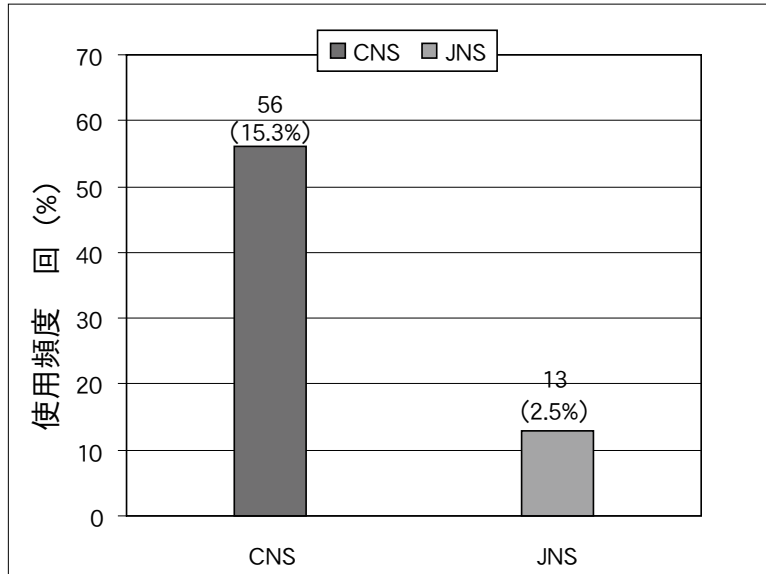


図1 「誘導発話」の全体的使用頻度

図1に示すように、「誘導発話」の全体的使用頻度において、CNSは56回(15.3%)、JNSは13回(2.5%)見られた。このことから、「誘導発話」の全体的使用頻度において、CNSのほうがJNSより多いことが分かった。

6.2 RQ2: 「誘導発話」の連続使用数

RQ2では、CNSとJNSが用いた「誘導発話」の連続使用数について分析した。具体的に、「誘導発話」の「一回使用」、「二回連続使用」、「三回連続使用」を統計したものである。その結果は、以下図2の通りとなった。図2の中、縦軸が示しているのは、JNSとCNSにおける「誘導発話」の使用頻度(回数と割合)である。横軸で示しているのは、「誘導発話」の「一回使用」、「二回連続使用」、「三回連続使用」の項目である。図2に示す使用頻度は、「誘導発話」の使用回数を「意味公式」全体の使用回数で割ったものである。「誘導発話」の連続使用数において、JNSは「一回使用」数が11回(91.7%⁹⁾、「二回連続使用」数が1回(8.3%)、「三回連続使用」は0回ということが分かった。すなわち、JNSはほとんどの場合、「誘導発話」は1回のみ使用するという傾向が見られた。

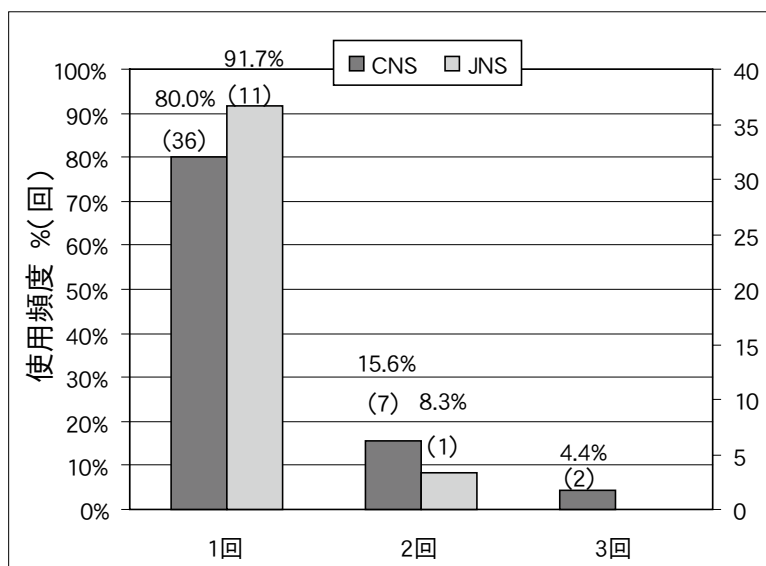


図2 「誘導発話」の連続使用数

一方、CNSでは、「一回使用」数が36回(80.0%)、そのほか「二回連続使用」数が7回(15.6%)、「三回連

続使用」数が2回(4.4%)であった。このことから、CNSはJNSに比べて「誘導発話」の連続使用数が多いことが分かった。以下会話例を示しながら、分析したい。

以下に示す会話例1は「誘導発話」の「一回使用」に見られた例である。1でJS15(誘う側)は、「入場料が1000円かかる」と誘われる側に情報提供をするが、(JS15) それに対して、誘われる側は「あ:」と返事をしている(JS16)。誘う側は、「楽しいからさ」という「誘導発話」を用いて、中日カラオケコンクール大会についてアピールすることを通して、誘われる側の興味を引き出している。

会話例1(日本)(JS15は誘う側、JS16は誘われる側を示す。)

- 1 JS15: あう 入場料1000円 [かかっ]ちゃうんだけどさ
- 2 JS16: [あ:]
- 3 JS15: 楽しいからさ 【1回使用】
- 4 JS16: どうか な 場所は?

以下に示す会話例2は「誘導発話」の「二回連続使用」に見られた例である。「誘導発話」の「二回連続使用」はCNSに多く見られた。21でCS1はCS2を「私と一緒にいこうよ 行きたい」と中日カラオケコンクールに誘っている。22-25の会話例を見ると、CS1とCS2の間で、曜日と時間の情報確認に関するやりとりが行われている。26でCS1はCS2にチケットの値段について尋ね、27でCS1は30元ぐらいと返事をしている。それを聞いたCS2は28で「三十块钱啊」(訳:30元なんだ)と驚きの反応を見せている。29でCS1(誘う側)は、「你去不去呀」(訳:行く?)と誘う前に、まず、28で相手が値段の高さに対する驚きや不満の表明として挙げた「30元なんだ」に、「也不贵」(訳:(値段)が高くない)といった「誘導発話」を使用して反論する。更にもう一つの誘導発話(「多好玩啊」(訳:すごく楽しそうだよ))を用いて、値段とは異なる側面における利点を挙げることで、相手のカラオケコンクール大会への承諾を促していることが分かった。

会話例2(中国)(CS1は誘う側、CS2は誘われる側を示す。)

- 21 CS1: 嗯 26号有一个中日歌曲演唱电视大赛 你跟我去看呗 我想去
- 22 CS2: 26号 哪天啊?
- 23 CS1: 哪天 26号 周五吧
- 24 CS2: 啊 那几点啊?
- 25 CS1: 晚上6点 有点晚哈 不好回来
- 26 CS2: 对呀 这个东西多少钱啊
- 27 CS1: 三十多块钱
- 28 CS2: 三十块钱啊
- 29 CS1: 啊 也不贵 多好玩啊 你去不去呀 26号你有事吗? 【二回連続使用】
- 30 CS2: 我最近忙着复习日语呢 哎 但是去听听有点好处啊 没准我能 有助于我的听力哈
(訳文)
- 21 CS1: ええと 26日中日カラオケコンクール大会があるけど 私と一緒にいこうよ 私行きたい
- 22 CS2: 26日 何曜日?
- 23 CS1: 何曜日? 26日 金曜日だよ
- 24 CS2: そっか 何時?
- 25 CS1: 夜6時 ちょっと遅いよね 帰ってくるの大変かな
- 26 CS2: そうだね これっていくら?
- 27 CS1: 30元ぐらい
- 28 CS2: 30元なんだ
- 29 CS1: うん 高くないし すごく楽しそうだよ 行く? 26日予定ある?
- 30 CS2: 最近日本語の復習をしているんだよ ええと でも聞きに行くのも役に立つかも ヒアリングの練習になるかもね

以下に示す会話例3は「誘導発話」の「三回連続使用」に見られた例である。「誘導発話」の「三回連続使用」はCNSにのみ見られた。104でCN22の「お金は要るの?」という質問に対してCS21は105で「チケットがあれば

ば30元らしいよ なければ100元もするらしい」と「誘導発話」を使用し、相手が誘いの話にのってくるよう、魅力的条件を提示している。また、106で「そうなんだ」というCS22の反応に対して、107でCS21は「私たち英語と日本語両方やってるじゃない?」「しかも あのう **さん日本好きだしね」「聞いてみるのもいいと思うよ」「誘導発話」を「三回連続使用」することによって、カラオケコンクール大会に参加する意義や立場の一致性、参加者への肯定的評価及び参加することへの価値と利益について述べることを通して、誘われる側に積極的に働きかけていることが窺える。

会話例3 (中国) (CS21は誘う側、CS22は誘われる側を示す。)

103 CS21: 那个6点开始 就有 有没有车我不知道 但是你要定去的话 然后给你给你个电话问问他有没有车过来接

104 CS22: 哦 要钱吗

105 CS21: 我这儿有票 他说好像是有票的话 就30 没有票的话100多呢

106 CS22: 哦

107 CS21: 而且是那个大连中日歌曲演唱电视大赛 像咱们不英日双语的吗 而且那个你还那么喜欢hh那个日语听一听挺好的

108 CS22: 哎呀 别去了 去干嘛去呀 6月26号眼瞅期末复习了

(訳文)

103 CS21: 6時に始まるよ 車があるかどうかは知らないけど もし行くんだったら電話番号渡すから車で迎えにくるかどうかが聞いてみたら

104 CS22: そっか お金は要るの?

105 CS21: 私 チケット持っているよ チケットがあれば30元だって なければ100元もするらしいよ

106 CS22: そうなんだ

107 CS21: しかもあの大连中日カラオケコンクール大会 私たち英語と日本語両方やってるじゃない?しかも あのう **さん日本好きだしね 聞いてみるのもいいと思うよ

108 CS22: いや 止めようよ 何しに行くの6月26日もうすぐ期末試験だよ

6.3 RQ3:「誘導発話」の表現形式

RQ1とRQ2では「誘導発話」の使用頻度及び連続使用数について分析した。以下、「誘導発話」の表現形式に注目して、CNSとJNS両母語話者の特徴について言及する。以下、会話例を示しながら分析する。

会話例4 (日本) (JS45は誘う側、JS46は誘われる側)

203 JS46: え でも 1000円もかかるじゃない?

204 JS45: うん あ そうだけど そのう たぶん価値があるんじゃない?

会話例5 (日本) (JS37は誘う側、JS38は誘われる側)

180 JS38: 期末の前 超期末入っているし

181 JS37: ほんと テストいっぱいある

182 JS38: やばくない?

183 JS37: でも まあ そんな時間かかんないから気分転換にどう?

184 JS38: えっどういう人がでんだろうね

会話例6 (中国)

225 CS21: 我看过电视台转播 就是有很多人日本人唱中国歌 唱得挺好的 真挺好 还挺流行呢

(訳)

225 CS21: テレビの中継を見たことあるけど たくさんの日本人が中国の歌を歌ってたよ すごくよかった 本当によかった しかも流行してるし

会話例7 (中国)

339 CS28: 啊 这地方可好了 大连电视台 说不定咱能上电视呢

(訳)

339 CS28: あのね ここってすごいいいよ 大連テレビ局 私たちテレビに出るかもしれないよ

会話例4に見られるように、JS45の誘いに対して、JS46が「1000円もかかるじゃない?」と否定的発話を使用しているのに対して、JS45は「うん あ そうだけど」と一旦相手の話を認め、その後、「そのう たぶん価値があるんじゃない?」と誘いの話にのってくるように、誘導発話を用いる。

また、会話例5でJS37とJS38は期末テストの話題について話しをしている。180でJS37が「超期末入っているし」と話しているのに対して、181でJS38は「ほんと」と、いったんはテストで忙しいことに相づちを打っている。182でJS38の「(期末テストが入っているから) やばくない?」という発話に対して、JS37は「そんな時間かかんないから気分転換にどう?」と勧めている。以上のようなことから、JNSは強く言い切った言い方より、相手の意見や意向を求める形で、「誘導発話」を用いる傾向があることが窺える。

一方、CNSは会話例6と7で「すごくよかった」「しかも流行ってるし」「私たちテレビに出るかもしれないよ」などといった肯定的評価の形で、「誘導発話」を用いることが窺える。すなわち、誘われる側が誘いの話にのってくるように魅力的な情報を提供したり、カラオケコンクール大会について積極的にアピールしたりするなど、誘いを成功させようとする働きかけが見られる。

7. 結果と考察

以上、「誘導発話」に着目して、その全体的使用頻度、連続使用数及び言語形式の特徴について述べてきた。以下、本研究の結果について総合的考察を行う。

会話者同士の関係は、中日ともに親しい同性・同学年の友人同士の大学生であるが、「誘導発話」の特徴に上述のような相違点が見られたことから、「誘導発話」による相手への負担の度合いが中国語と日本語で異なることが考えられる。すなわち、日本語では、「誘導発話」を一回のみしか使用しない（「一回使用」）ということは相手に負担を与えることもあるから、できるだけ直接あるいは何度も触れないように配慮する誘い方をすることが窺える。また、日本人の「誘導発話」の「一回使用」が多く、「連続使用」が比較的少ないことは、「誘導発話」を使用しただけで十分誘う側としての好意を示したと考え、更にその好意が相手に不愉快な印象を与えないようにし、「連続使用」はできるだけ控えると同時に、相手に無理やりに押し付ける印象を避けようとしていることの表れだといえる。このような「誘い」ストラテジー持つてここでは「配慮型」と定義する。つまり、相手と距離をおいて、押し付けがましさを避け、相手に配慮するストラテジーである。

これに対して、中国語の場合は「誘導発話」の連続出現数が多く見られたから、相手への負担よりは相手の価値や利益を優先し、誘いを成功させるため積極的に働きかけることが考えられる。中国人の誘い方をここでは「交渉型」と定義付ける。「交渉型」の「誘い」とは、(共に参加することへの) 共通の連帯意識を増幅させ、相手の利益を最大にし、魅力的条件を提示しつつ相手優先で進めようとしている「誘い」ストラテジーである。

以上のような考察から、互いのコミュニケーション・スタイルを認識することにより、互いの言語文化社会において自然で、かつ円滑な「誘い」言語行動への理解につながり、コミュニケーションによる摩擦を防ぐことができ、より効果的な会話ができることが示唆された。

8. 今後の課題

本研究では、同等関係の友人同士に限定して分析を試みた。しかし、この一場面で中日の誘いの特徴を述べるには不十分であり、「誘い」コミュニケーションの中日の文化による傾向を一般化することは難しいと考える。場面を増やしていくことで、「誘い」談話の特徴をより広く、より全面的に、より包括的に見ていく必要があると考えられる。今後は、同等関係だけではなく、「目上」、「目下」など相手との上下関係や、親疎関係、負担度の度合いなどを総合的に考慮し、それぞれの属性や場面の「誘い」表現についても調査していき、場面ごとの「誘い」表現について深く分析していきたい。

参考文献

- アクドーアン・ブナル／大浜るい子 (2008) 「日本人学生とトルコ人学生の依頼行動の分析—相手配慮の視点から—」『世界の日本語教育』 18, 57-72.
- 久保田竜子 (2008) 「ことばと文化の標準化についての一考察」『文化、ことば、教育』第1章 明石書店, 14-30.
- 倉本美喜・大浜るい子 (2008) 「もう一つの勧誘行動—日本人学生による2次会への勧誘行動について」『広島大学日本語教育研究』 18, 57-63.
- 黄明淑 (2011) 「誘い表現における中日対照研究—「共同行為要求」に着目して—」『日本語／日本語教育』 2, ココ出版, 137-153.
- ザトラウスキー、ポリー (1993) 『日本語の談話の構造—勧誘のストラテジーの考察—』 くらしお出版
- 徐孟鈴 (2006) 「依頼会話の【終結部】の考察—日本人・台湾人・台湾人上級学習者の接触場面のロールプレイデータを比較して—」『言葉と文化』 7, 名古屋大学大学院国際言語文化研究科日本語文化専攻, 67-84.
- 鄭在恩 (2009) 「日韓の勧誘ストラテジーについて」『言葉と文化』 10, 名古屋大学国際言語文化研究科, 113-132.
- 鈴木睦 (2003) 「コミュニケーションからみた勧誘のしくみ—日本語教育の視点から—」『社会言語科学』 6-1, 112-121.
- 筒井佐代 (2002) 「会話の構造分析と会話教育」『日本語・日本文化研究』 12, 大阪外国語大学日本語講座, 9-21.
- 長谷川哲子 (2002) 「勧誘の談話における日本語学習者の発話の特徴」『立命館言語文化研究』 14-3, 215-224.
- 姫野伴子 (1998) 「勧誘表現の位置—「しよう」「しようか」「しないか」」『日本語教育』 96, 132-142.
- ファン, S.K (1997) 「英語母語話者と中国語母語話者の点火ストラテジーについて—日本語学習者としての「誘い」—」『日本語・日本文化研究』 5, 京都外国語大学留学生別科, 35-49.
- 藤森弘子 (1996) 「関係修復の観点から見た「断り」の意味内容—日本語母語話者と中国人日本語学習者の比較—」『大阪大学言語文化学』 5, 5-17.
- 森山新(2010) 「Holistic Education Of Japanese Language in the Global Era」『お茶の水女子大学 大学院教育改革支援プログラム「日本文化研究の国際的情報伝達スキルの育成」平成21年度活動報告書 海外教育派遣事業編』, お茶の水女子大学, 126-130.
- 山田七平 (1982) 「日本人と外国語」『国際交流と言語文化』 企業内語学教育研究編, 語研.
- 吉田好美 (2010) 「勧誘場面の断りに見られる言い訳と不可表現及び勧誘者の言語行動について—日本人女子学生とインドネシア人女子学生の比較—」『言語文化と日本語教育』 40, 11-19.
- Olshain, E. & Cohen, A. (1983). Apology: A speech-act set. In N. Wolfson & E. Judd (Eds.), *Sociolinguistics and Language Acquisition*, 19-35. Rowley, Massachusetts: Newbury House

注

- 論文によっては、「勧誘」という言葉を使用しているが、先行研究によると「勧誘」は「誘い」と「勧め」（姫野1998）の両方の意味を持つと考えられるため、本稿では「誘い」という表現を用いる。
- 本稿では「誘い」という表現を用いるが、他者の文献を引用するに当たっては文献の記述通りの用語を用いる。
- 「話段」（ザトラウスキー1993）とは、一般に、「談話の内部の発話の集合体（もしくは一発話）が内容上のまとまりをもったもので、それぞれの参加者の「談話」の目的によって相対的に他と区分される部分である」と定義づけられている。
- 相手を誘うための共同行為を求める発話で誘い表現を指す。「～ませんか」「～ましょう」などが含まれる。
- 中国語の会話データは2009年5月～6月、日本語のデータは2009年6月～7月にかけて収録した。
- 「誘い」はある程度関係が築かれていなければ発生しにくいものと考えられるため、両者の関係を友人関係と設定した。
- 中国（大連）と日本（東京）では毎年中日・日中カラオケコンクールが行われている。現実に近く実際に行われるイベントをロールプレイ場面として設定することを通して、リアルさを深め、より自然な会話データを取るためである。
- 計17組のデータに見られる「意味公式」の使用回数の総数は、CNSが366回、JNSが520回であった。
- この割合は、JNSにおける「誘導発話」の「一回使用」の使用回数（11回）を、その連続使用回数の全体的使用回数（JNSの場合、「一回使用」が11回、「二回連続使用」が1回、合計12回である）で割ったものである。