

慶應義塾大学学術情報リポジトリ  
Keio Associated Repository of Academic resources

Title	日本人とタイ人の「依頼」、「勧誘」行為について： 対人関係を維持するストラテジーを中心に
Sub Title	
Author	ウィッタヤーパンヤーノン, スニサー
Publisher	慶應義塾大学国文学研究室
Publication year	2006
Jtitle	三田國文 No.43 (2006. 6) ,p.15- 34
JaLC DOI	10.14991/002.20060600-0015
Abstract	
Notes	
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00296083-20060600-0015">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00296083-20060600-0015</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

# 日本人とタイ人の「依頼」、「勧誘」行為について

— 対人関係を維持するストラテジーを中心に —

## スニサー・ウィツタヤーパンヤーノン

### 一 はじめに

Brown and Levinson (1987) は、各個人は negative face want と positive face want を持つとしている。彼らによると、negative face want とは「他者に立ち入られたくない、邪魔されたくない」という消極的な願望で、positive face want とは「他人に理解・共感されたい」という積極的な願望である。

「依頼・勧誘」行為は、聞き手に何らかの行為を求めるため、聞き手の「自由を侵害されたくない」という negative face want を侵す恐れがある。そのため、話し手は様々な手段で聞き手の negative face を保ちつつ自分の目的を達成しようとする。しかし、その手段は言語によって異なるため、異文化間の摩擦が生じる原因にもなりうる。

そこで本稿では、まず日本人とタイ人がどのように「依頼・勧誘」を行うか、それぞれの構造を明らかにする。そして、その結果を踏まえた上で、「依頼・勧誘」の際、日本人とタイ人がどんな手段で聞き手の negative face を保ちつつ自分の目的を達成するか、聞き手の負担を減少させる配慮として、どのよ

うなストラテジーを使用するか、相手との関係やその内容によって、そのストラテジーの使用がどのように変わるか、それぞれの特徴や背景の差異を比較考察し、それらの差異によって生じる日タイ間のコミュニケーション上での摩擦の原因を追究する。

### 二 先行研究

堀江（一九九五）は日本語タイ語の依頼表現を分析したうえで、日本人タイ語学習者とタイ人日本語学習者の依頼表現理解の問題点を指摘し、日タイの依頼表現のスタイルの違いを説明している。また、タイ語も日本語と同様、単に依頼の文型の形を具えているだけでは不十分であることや、タイ人社会においては、目上・目下、社会的地位の違い、あるいは相手との距離の違いによって依頼の文型を使う前に何らかの婉曲的な表現、またはへりくだった表現などを使うことも指摘している。

笹川（一九九四）は、九言語のデータを「丁寧さのルール」の視点から分析し、「丁寧さのルール」の異文化間における比較を行なった。日本語（三〇人）の他、タイ語（一五人）など

を対象とした調査である。調査は、空欄のデイスコースを完成する記述形式による、九ヶ国語の質問紙での方式で行われた。その中の依頼の場面では、日本語が二二八、タイ語が八二の方略数がカウントされ、日本語もタイ語も「積極的な丁寧さの方略」が一番多く使用されるが、タイ語に関しては具体的にどんな方略が使用されるかは述べていない。しかし、その下位方略において日本人が多く使用する方略として、「助力の要請」(三〇・三%)、またブルガリア語(四一・四%)、インドネシア語(二八・七%)に多い方略として「共感・賞賛」を挙げている。

以上、日本語とタイ語の「依頼・勧誘」行為に関する二つの先行研究を紹介した。前者については、論文中で紹介されたタイ語の依頼表現およびストラテジーは実証データに基づいたものではない。また、後者ではアンケート調査を行なったのだが、タイ人の被調査者数が一五人のみであった。さらに、タイ人が「依頼・勧誘」行為においてどのようなストラテジーを使用するかについて、具体的な指摘がない。

このように、日本語とタイ語の「依頼・勧誘」行為の比較研究は過去においてほとんど例がないと言える。本稿においては日本語とタイ語の「依頼・勧誘」行為およびその背景を比較研究する。

### 三 研究方法

「依頼・勧誘」行為の定義や分類については、多くの論考が発表されているが、研究者によってその扱う範囲や基準が異なる。

っている。Searle(一九七九)は発話内行為を一、断定型、二、行為指示型、三、行為拘束型、四、表出型、五、宣言の五種類に分類している。(これらの訳語は池上・河上による Leach(一九八三)の翻訳に従う。)二の行為指示型は、聞き手の行為によって何らかの効果が生み出されるよう意図されているものをいう。本稿では、基本的に「依頼」行為も「勧誘」行為も Searle(一九七九)の「行為指示型」と同じとする。つまり、「依頼」行為も「勧誘」行為も話し手が聞き手に働きかけ、何らかの行為を求める行為であることとする。

また、「依頼」と「勧誘」の区別については、それぞれの内容が話し手に利益があるか、聞き手にも何らかの利益があるかを目安にする。つまり「依頼」においては、受益者が依頼者であり、「勧誘」においては、聞き手にも何らかの利益があると定義する。

本研究では、日本人とタイ人の「依頼」「勧誘」の認識の仕方とその違いが「依頼」と「勧誘」行為のストラテジーにどう表れるかを考察するため、アンケート調査を行った。「談話完成テスト」で得られた発話について、Howeを分析単位として分析し、「依頼・勧誘」のパターンを明らかにする。また、日タイのパターンの差を通してストラテジーを分析し、「依頼・勧誘」発話行為を比較考察する。

#### 三ー一 アンケート

日本人とタイ人に対してアンケート調査を行った。被調査者は、日本人一〇九名、タイ人一一名の合計二二一人である。

調査は、二〇〇五年一月から二〇〇六年二月にかけてタイのバンコクで行った。

被調査者は、日本人タイ人とも、在タイ日本企業で仕事をしているか、以前タイ人あるいは日本人と働いた経験のある方たちである。ご協力いただいた日本企業の大半はバンコクあるいはその近辺に所在する企業である。被調査者年齢は、日本人・タイ人とも二〇代から五〇代である。

「談話完成テスト」の場面は、一、仕事上の「依頼」、二、プライベートの「依頼」、三、仕事上の「勧誘」そして、四、プライベートの「勧誘」の四つの設問を設定した。

一、二の「依頼」場面については、「仕事上の依頼」（以降「仕事」と略す）として自分が任されている仕事を別の人に代行依頼する場面を、「プライベートの依頼」（以降「チャリティー」と略す）として仕事とは関係のない個人的に開催するチャリティータイプのチケット購入を依頼する場面を設定した。

三、四の「勧誘」場面については、「仕事上の勧誘」（以降「社内セミナー」と略す）として、自分が主催する社内セミナーへの社員の参加を勧誘する場面を、「プライベートの勧誘」（以降「パーティー」と略す）として、仕事とは関係なくプライベートで開く自宅でのパーティーへの参加勧誘の場面を設定した。

仕事とプライベートの場面を別々に設定したのは、それぞれの場面における日本人タイ人のストラテジーの違いの有無を調べるためである。「依頼」「勧誘」の内容や相手との人間関係の他に、場面もストラテジーを選択する要因の一つと言われている。

る。そこで、仕事とプライベートの両場面を取り上げることにした。

また、話し相手に応じた「依頼・勧誘」のストラテジーの変化について調べるために、上下親疎の観点から、それぞれの場面について「上司」「親しい同僚」「単なる同僚」の三者を相手として設定した。つまり、各被調査者が、四つの場面×三種類の相手で合計一二問を回答することとなる。

### 三二 分析方法

談話完成テストで得られたデータの総発話数は、日本語が一、三〇八件、タイ語が一、三三二件合計二、六五二件である。「依頼・勧誘」の調査内容に対して、「頼まない」あるいは、「誘わない」という答えが、日本語の一、三〇八件の中、二九件で約二%、タイ語は、〇件であった。まず、ひとつひとつの発話を「move」単位に分けた。moveとは発話行為の中で話し手が発する発話機能の最小単位のことである。依頼の発話行為は核となる依頼の機能そのものだけで成立しているとは限らず、通常「言いよどみ」や「情報提供」など、さまざまな機能が混在している場合が多い。moveという小さな要素を単位として分析することで、より具体的に正確な観察ができると考えられる。本稿では発話データを分析する際には「move」を使用し、ストラテジーを分析する際には「発話機能」を使用する。また、依頼勧誘の具体的な言語形式を分析する際には「依頼・勧誘」表現、という言葉を用いる。

### 三二二 分析単位: move

津田(一九八九)は、moveを「会話の中で話し手が発するスピーチの最小の機能的な単位」と定義している。また、中田(一九九〇)によると、元来のmoveとは、チェスなどの駒の動きを意味する語であり、それが会話の分析に応用されて、相手に対してどのようなはたらきかけをするか、どういった「手」を指すかという、質問、陣述、要求などの機能を担う最小の単位として用いられるようになったという。例えば、

A:「今日は八日だっけ」

B:「そうだよ。なんで?」

A:「たしか佐藤さんが八日に来るって言ってたと思うんだけど」

(中田(一九九〇))

以上のBの発話に二つのmoveが含まれている。「そうだよ」の部分は先行するAの質問に対する答えで、「なんで?」では自分から逆に質問を発している。つまり、Bの発話には二つの機能が含まれており、二つのmoveが認められる。

### 三二二 分析の手順

まず、談話完成テストの各発話データを「move」単位に分解した。談話完成テストの日本語話者の発話を例に取ると、次のようになる。場面設定(2)の「プライベートの依頼」場面、相手に自分のチャリティーコンサートのチケットを買ってほしいように依頼する言い方の回答で、「あのう、実は今度友人とチャリティーライブをすることになったんだけど。ぜひ成功させ

たいんで、チケットを買ってほしいんだ。面倒かもしれないけど、ぜひ頼むよ。(J4:2)」という発話があった。この中には「言いよどみ」+「情報提供」+「願望」+「依頼・勧誘」+「謝罪、恐縮」+「懇願、念押し」の六つの機能が含まれていて、六つのmoveによって構成されていることになる。

タイ語話者の回答も同様にmoveごとに分解し、どのような発話機能が出現するかを見た。同じく場面設定(2)の、チケットを買ってもらうという依頼の場面での回答で、

[*kee chhái sǔnu túa gaan sadeep dontri kaan kùsǒn nǐi si? pai duu dontri léew dǎai bun dǎai nǎ? raw pen khon cǎnghan ʔeeng pai chhái khommén gaan nǐi nǎ? nǎ? nǎ? nǎ? (ケー(対称代(名詞)、チャリティーライブのチケットをちょっと買ってください。音楽も聴けてお布施もできるんですよ。私が主催するんだ。コメントを聞かせて。ね、ね、ね)(T2:2)』という発話には、「呼びかけ」+「依頼・勧誘」+「補償」+「情報提供」+「賞賛」+「懇願・念押し」の六つの機能が含まれていて、六つのmoveによって構成されていることになる。*

次に、そのmoveが構成するパターンを分析し、比較的頻度の高い上位の三パターンを示す。さらに、それらのパターンにどのような機能がどのような順序で使われるかを調べる。そして、その際「依頼・勧誘」行為を構成するmoveの数の内訳も調べる。

そして、その結果を基に、「依頼・勧誘」の際、日本人とタイ人がそれぞれどのような手段で聞き手のnegative faceを保

ちつつ自分の目的を達成するか、聞き手の負担を減少させる配慮として、どのようなストラテジーを使用するか、相手との関係やその内容によって、ストラテジーがどのように変わるか、両国人の特徴や背景の差異を比較考察する。

#### 四 分析の結果

##### 四一 moveの種類

「依頼・勧誘」がどのような発話機能を用いて行われるかをみるために、move別に分類した。今回の発話文には以下の二〇種類のものが使われる。日本語あるいはタイ語のどちらかにしかないものも含まれる。

① 「依頼・勧誘」：「依頼」または「勧誘」の発話行為の中心であり、話し手が聞き手にしてほしいことを表す核となる部分である。

J：「チケットを買ってください」

T：「chdai sáuu tua khunsàet nòi (チケットを買ってください)」

② 「呼びかけ」：相手との関係や親密度を示す。

本稿の調査データに出てきた「呼びかけ」は主に4種類ある。

一、相手の名前 J：「名前、名前+さん、名前+君」、T：

「名前、khun+名前(名前+さん)」

二、職業名称 J：「部長、課長」、T：「huanáa (上司)」

三、親戚名称 T：「phii (お姉さん、お兄さん)」

四、対称代名詞 J：「君」、T：「thaan (あなたさま)」、khun

(あなた)、thae (あなた)、tua'eeng (あなた)、naai (あなた)、phuan (友達)、kee (お前、きみ)、mung (お前、きみ)

③ 「言いよどみ」：遠慮の姿勢を示す。

J：「あのー、ちょっと」、T：「?ae (あのー)」

④ 「話題予告」：「依頼・勧誘」をすることを明らかにする。

J：「お願いがあるんですが」

T：「niu ruan cá? rópkuuan (迷惑をかけることがあるんですが)」

⑤ 「情報提供」：「依頼・勧誘」行為の遂行を必要とする状況、事情を説明する。

J：「実は今日の日曜日に家で新年会を開こうと思うんですが」

T：「khuu wan? aahit niu thii baan cá? cájpaan piimai kha? (実は今日の日曜日に家で新年会をするんですが)」

⑥ 「願望」：話し手の気持ちや望みなどを知らせる。

J：「皆に楽しんでほしいんです」

T：「yáak hai thúkkhon niu khaam sük (皆に幸せになつてほしいんだ)」

⑦ 「質問」：依頼遂行できる状況にあるかどうかを尋ねる。

J：「あした明いていますか」、「音楽に興味ありますか」

T：「mái saap wáa phrughii wáang mái (あした明いていますか)」、「chóp dontrií mái (音楽が好きですか)」

⑧ 「許可」：その場の相手の都合を尋ねる。

J：「ちょっといいですか」

T：「khǒ weelaa nòi daai mái kha? (ちょっとお時間をいた

だけですか)

⑨ 「謝罪、恐縮」：相手に対して恐縮の意を示す。

J: 「すみません」、「お忙しいところ、申し訳ありませんが」  
「遠いけど」

T: 「khǒ̌ thot nǎ? khǎ? (すみませんが)」「bāan kai nǎi nǎ? khǎ? (家がちょっと遠いけど)」

⑩ 「保障」：協力を申し出る。

J: 「書類は全部用意しておくから」

T: 「tʰiam? eekkasān wai hai mǒt léw (書類は全部用意して  
おいたから)」

⑪ 「限定」：「依頼・勧誘」の大きさを小さくする。

J: 「一枚でいいんです」

T: 「bai diaw kǒ̌ dai (一枚でいいのよ)」

⑫ 「前提」：依頼に応えなくてもよい選択権を与える。

J: 「できれば」、「よかったです」

T: 「thāa wāang (空ごういたら)」  
「pimāi nǎi thāa mǎi mǎi prookreem thǎnāi (お正月に他に  
予定がなかったら)」

⑬ 「補償」：相手の欲求に配慮していることを示す。内容的に  
大きく三つに分けられる。

一、おこる型：聞き手に交換条件を提示したり、特定の協力を  
申し出たりする内容。

J: 「今度おこるから」、「今度、代わりに仕事をするから」

T: 「léw cà? liang khāaw nǎ? (今度おこるから)」、「léw  
wanlǎng mi? arai cà? chdai temhii (今度、何かあった

ら、手伝うから)」

二、物自体がいい型：当該することやものがどのようがいいか  
説明する内容。

J: 「とても有名な先生が来るよ」、T: 「nǎkʰɔ̌ŋ mi  
chutwɔ̌ŋ nǎ? (歌手が有名なんだよ)」

三、あなたのため型：聞き手が「依頼・勧誘」に応えたら、何  
が得られるかを強調する内容。

J: 「ためになるから」

T: 「dai lang phleeng phrɔ̌pɔ̌ léw yang dai bun dai (ま  
れいな音楽を聴けるし、徳を積めるんだよ)」

⑭ 「賞賛」：相手に関心を払ったり、相手への興味を強調す  
る。

J: 「ぜひ課長の意見を聞かせもらいたいです」

T: 「khǒ̌ chaan huānā maa penkiat dai nǎ? khǎ?  
(私たちの名譽のために課長に来ていただきたいんで  
す)」

⑮ 「懇願、念押し」：くりかえし頼んだり、強く願うことを表  
す。

J: 「頼むよ」

T: 「chdai nǎi nǎ? (頼むよ) yāa luum là? (忘れなごい  
ね)」

⑯ 「お礼」：相手が行うだろうということに対して感謝する。

J: 「ありがとうございます」

T: 「khǒ̌pknun khǎ? (ありがとうございます)」  
⑰ 「心配」：行為に関して心配事を告げる。

表1 move 数別にみた発話件数の内訳

move 数	0個	1個	2個	3個	4個	5個	6個	7個	8個	9個	10個	11個
J 集計	29	32	216	350	270	194	124	48	22	16	6	1
T 集計	0	28	165	380	341	213	132	42	22	8	0	1

J: 「人が集まるかどうか。」

T: 「*Khāi tua māi khōi daai laei* (チケ ットあまり売れないんだ)」

⑱ 「謙遜」: 自分のことを低く言う。

J: 「手料理ですけど」

⑲ 「挨拶」: その場に合った挨拶を言う。

T: 「*Sawat dii khā?* (こんにはは)」

⑳ 「その他」: 以上のものに入らないもの

J: 「今度、きみが主催することになるかもしれないからさあ。」

T: 「*māi maa krōt nā? wōi* (来なかったら怒るよ)」

以上のように「謙遜」は日本語のみにみられ、一方「挨拶」はタイ語のみ、みられる。

四二 「依頼・勧誘」行為の move 構成

四二一 「依頼・勧誘」行為を構成する move の数

各発話がいくつの move で構成されていたかを日タイ別にまとめる。move の出現件数をカウントする際に、一発話の中に同一の move が繰り返されて使用される場合、それらを複数の move として数えた。

以上のように、極端に多い、あるいは少な

いものもあるが、日本語もタイ語も三つあるいは四つの move で構成されているものが最も多い。

四二二 move の使用傾向

move の全体の使用件数と割合を示したものが表2である。

日本語は move 使用件数が五、〇六二件、タイ語は五、三一八件で、合計一〇、三八〇件となった。

全二、六四〇件の発話から得た総 move 数は一〇、三八〇件である。

表2からわかるように、日本語でもタイ語でも相手を問わず、もつとも多く使用される発話機能が、「依頼・勧誘」、次いで二番目に多く使用されるのが、聞き手になせ「依頼・勧誘」するかその状況や事情を説明する「情報提供」という機能である。日本語とタイ語の「依頼・勧誘」行為に共通の基本的機能は「依頼・勧誘」と「情報提供」であることがわかる。

しかし、さらにその次に多く使用される発話機能では日本語とタイ語の間に違いが見られた。日本語の場合は相手を問わず、聞き手に恐縮の意味を示す「謝罪」が使用されているが、それに対して、タイ語の場合は、上司に対しては「呼びかけ」、親しい同僚と同僚に対しては「補償」である。「呼びかけ」と「補償」の使用件数について、タイ語と日本語を比較すると、かなりの差異がみられる。一方、「謝罪」と「前提」の使用件率はタイ語ではかなり低い。

ここで日本語とタイ語の使用傾向をまとめてみると以下のようになる。

表2 全体の move 使用件数と割合

move	上 司		同僚・親		同僚・疎	
	日本人	タイ人	日本人	タイ人	日本人	タイ人
依頼・勧誘	450 (25%)	442 (24%)	460 (29%)	482 (28%)	441 (27%)	424 (25%)
呼びかけ	84 (5%)	297 (16%)	41 (3%)	156 (9%)	66 (4%)	140 (8%)
言い淀み	12 (1%)	2 (0%)	31 (2%)	54 (3%)	12 (1%)	10 (1%)
話題予告	50 (3%)	21 (1%)	37 (2%)	10 (1%)	37 (2%)	27 (2%)
情報提供	433 (24%)	391 (21%)	411 (26%)	367 (21%)	428 (26%)	374 (22%)
願望	27 (1%)	6 (0%)	13 (1%)	2 (0%)	19 (1%)	0 (0%)
情報要求(質問)	105 (6%)	115 (6%)	77 (5%)	78 (4%)	91 (6%)	121 (7%)
情報要求(許可)	30 (2%)	5 (0%)	12 (1%)	0 (0%)	21 (1%)	2 (0%)
謝罪・恐縮	280 (15%)	117 (6%)	185 (12%)	51 (3%)	208 (13%)	93 (5%)
保証	12 (1%)	47 (3%)	14 (1%)	55 (3%)	15 (1%)	58 (3%)
限定	20 (1%)	4 (0%)	15 (1%)	5 (0%)	13 (1%)	4 (0%)
前提	106 (6%)	61 (3%)	60 (4%)	30 (2%)	118 (7%)	67 (4%)
補償	59 (3%)	182 (10%)	88 (6%)	251 (14%)	69 (4%)	228 (13%)
賞賛	58 (3%)	101 (5%)	12 (1%)	35 (2%)	16 (1%)	30 (2%)
懇願・念押し	74 (4%)	25 (1%)	77 (5%)	108 (6%)	49 (3%)	70 (4%)
礼	1 (0%)	37 (2%)	2 (0%)	20 (1%)	0 (0%)	33 (2%)
心配	15 (1%)	6 (0%)	24 (2%)	16 (1%)	16 (1%)	4 (0%)
謙遜	7 (0%)	0 (0%)	2 (0%)	0 (0%)	5 (0%)	0 (0%)
遠慮	2 (0%)	3 (0%)	4 (0%)	3 (0%)	4 (0%)	5 (0%)
挨拶	0 (0%)	10 (1%)	0 (0%)	10 (1%)	0 (0%)	18 (1%)
その他	9 (0%)	1 (0%)	24 (2%)	3 (0%)	11 (1%)	1 (0%)
合 計	1834(100%)	1873(100%)	1589(100%)	1736(100%)	1639(100%)	1709(100%)

日本語 「依頼・勧誘」、「情報提供」、「謝罪」

タイ語 「依頼・勧誘」、「情報提供」、「呼びかけ」あるいは「補償」

「依頼・勧誘」の内容や相手との関係によって、話し手・聞き手双方の感じる負担の度合は異なる。負担が大きいのほど相手への配慮が必要になり、そのため使用するストラテジーも異なってくることは推測できる。

次に、日タイの間では、相手との関係や場面によって「依頼・勧誘」行為のストラテジーがどのように変化するかを検証する。

#### 四一三 相手と場面による分析の

##### 結果

「仕事」場面の move の使用人数の割合を表3にまとめる。

「仕事」では、日タイ両言語において最も多くあらわれる発話機能は「情報提供」であり、二番目に多いのは、直接的に依頼を働きかける「依頼」であるが、その次に多くあらわれる発話機能は、日本語においては依頼するこ

表3 「仕事」場面の各 move の使用人数の割合

move	上 司		同僚・親		同僚・疎	
	日本人	タイ人	日本人	タイ人	日本人	タイ人
依頼・勧誘	94%	95%	99%	100%	96%	96%
呼びかけ	19%	65%	11%	39%	18%	39%
言い淀み	5%	1%	7%	16%	3%	1%
話題予告	21%	14%	20%	7%	21%	17%
情報提供	92%	96%	86%	98%	84%	96%
願望	1%	0%	1%	0%	1%	0%
情報要求(質問)	24%	30%	23%	24%	20%	35%
情報要求(許可)	9%	2%	6%	0%	9%	1%
謝罪・恐縮	83%	34%	64%	6%	72%	22%
保障	3%	6%	5%	7%	6%	6%
限定	1%	0%	0%	0%	1%	0%
前提	16%	2%	15%	3%	23%	5%
補償	1%	0%	6%	7%	1%	6%
賞賛	6%	10%	5%	9%	6%	6%
懇願・念押し	10%	6%	8%	18%	6%	13%
礼	0%	17%	1%	15%	0%	18%
心配	1%	1%	2%	0%	4%	0%
謙遜	0%	0%	0%	0%	0%	0%
遠慮	2%	2%	1%	1%	0%	1%
挨拶	0%	4%	0%	5%	0%	4%
その他	2%	1%	1%	0%	0%	0%

とに対して相手の恐縮の意味を示す「謝罪」、タイ語においては「呼びかけ」となっている。日本語の「謝罪」を相手別に見ると、親しい同僚に対しては少ないが、全体的にタイ人の割合より、かなり異なっている。

それに対して、タイ語の「呼びかけ」を相手別にみると、どの相手に対しても日本の使用割合と比べると高いのだが、上司に対しての使用割合のほうが、親しい同僚と同僚に対しての割合より多くあらわれる。

まとめると、この仕事上の「依頼」場面では、相手を問わず、「謝罪」と「呼びかけ」の使用に日タイの違いがあり、日本語において中心的な発話機能は「情報提供」、「依頼」そして「謝罪」であるのに対して、タイ語においては「情報提供」、「依頼」そして「呼びかけ」であることが言える。

表4は「チャリティー」場面の各 move の使用人数の割合を示したものである。

「チャリティー」場面においては、日タイ両言語とも「依頼」と「情報提供」の出現度合いが一位と二位を占めているが、「依頼」の割合も「情報提供」の割合も相

表4 「チャリティー」場面の各 move の使用人数の割合

move	上 司		同僚・親		同僚・疎	
	日本人	タイ人	日本人	タイ人	日本人	タイ人
依頼・勧誘	98%	86%	96%	93%	94%	77%
呼びかけ	17%	72%	10%	40%	16%	32%
言い淀み	1%	0%	8%	13%	3%	5%
話題予告	8%	2%	7%	1%	5%	5%
情報提供	88%	73%	79%	60%	83%	72%
願望	6%	1%	6%	1%	5%	0%
情報要求(質問)	18%	23%	10%	13%	17%	28%
情報要求(許可)	7%	2%	2%	0%	5%	1%
謝罪・恐縮	33%	5%	17%	0%	20%	7%
保障	0%	3%	0%	2%	0%	2%
限定	14%	2%	9%	4%	9%	4%
前提	42%	8%	24%	4%	41%	7%
補償	6%	55%	8%	55%	6%	50%
賞賛	5%	9%	0%	5%	2%	6%
懇願・念押し	18%	2%	25%	16%	9%	10%
礼	1%	7%	0%	4%	0%	6%
心配	9%	5%	15%	14%	7%	4%
謙遜	1%	0%	0%	0%	0%	0%
遠慮	0%	0%	2%	0%	4%	0%
挨拶	0%	3%	0%	2%	0%	6%
その他	2%	0%	9%	1%	2%	0%

手を問わず、日本語の割合のほうがタイ語の割合より高い。

三番目に多くあらわれる発話機能は、相手によって異なる。日本語においては親しい同僚に対しては「懇願・念押し」、上司と同僚に対しては「前提」となっている。タイ語においては上司に対しては「呼びかけ」、親しい同僚と同僚に対しては「補償」となっている。

日本語の「前提」の割合が二〇%以上を占めているのに対して、タイ語の割合が、一〇%以下に留まっている。一方、「補償」はタイ語においてはどの相手も五〇%からの割合を占めているのに対して、日本語では一〇%以下に留まっている結果であった。日本語とタイ語の「前提」と「補償」の出現件数の違いが著しい。

表5は「社内セミナー」場面の各 move の使用人数の割合を示したものである。

「社内セミナー」では、「仕事」の場面と同じく、日本語の場合は相手を問わず、「依頼」、「情報提供」の割合がもっとも多く、その次に「謝罪」がくる。それに対して、タイ語においては上司の場合、「依頼」がもっとも多く、二番目には「情報提供」、

表5 「社内セミナー」場面の各 move の使用人数の割合

move	上 司		同僚・親		同僚・疎	
	日本人	タイ人	日本人	タイ人	日本人	タイ人
依頼・勧誘	94%	91%	94%	94%	91%	91%
呼びかけ	19%	64%	9%	31%	14%	28%
言い淀み	2%	0%	7%	9%	4%	1%
話題予告	10%	4%	4%	1%	6%	2%
情報提供	59%	62%	61%	64%	64%	61%
願望	4%	1%	1%	0%	4%	0%
情報要求(質問)	15%	17%	13%	14%	15%	13%
情報要求(許可)	7%	1%	1%	0%	3%	0%
謝罪・恐縮	69%	22%	51%	18%	56%	21%
保障	3%	3%	3%	5%	2%	7%
限定	2%	2%	3%	1%	2%	0%
前提	7%	15%	2%	7%	7%	17%
補償	12%	46%	23%	49%	22%	58%
賞賛	31%	27%	5%	7%	4%	3%
懇願・念押し	23%	6%	17%	23%	17%	17%
礼	0%	7%	1%	0%	0%	6%
心配	2%	0%	5%	0%	4%	0%
謙遜	0%	0%	0%	0%	0%	0%
遠慮	0%	0%	1%	0%	0%	1%
挨拶	0%	1%	0%	2%	0%	5%
その他	0%	0%	6%	2%	4%	1%

三番目に「呼びかけ」という順の出現件数となる。そして、親しい同僚と同僚の場合、「依頼」がもつとも多くあらわれ、その次が「補償」、三番目に多いのが「情報提供」になっている。

タイ語の、上司に対しての使用件数を見ると、「呼びかけ」が「補償」より若干多いが、親しい同僚と同僚に対しては、「呼びかけ」がそれほど使用されていない。上司に対しては、「呼びかけ」が多く使われて、親しい同僚と同僚に対してあまり使用していない。

「謝罪」の割合については、「仕事」や「チャリティー」と同じく日本語とタイ語では顕著な差が見られ、また「補償」の割合についても、タイ語の四〇%―五〇%に対して、日本語では相手を問わず一〇%―二〇%程度に留まっており、日本語タイ語間の差が大きい。

つまり、「社内セミナー」においては、日本語では相手を問わず「依頼」、「情報提供」に「謝罪」が加えられる。それに対してタイ語では「依頼」と「情報提供」を基本とし、「呼びかけ」あるいは「補償」が加えられると言える。

表6 「パーティー」場面の各 move の使用人数の割合

move	上 司		同僚・親		同僚・疎	
	日本人	タイ人	日本人	タイ人	日本人	タイ人
依頼・勧誘	96%	96%	94%	99%	89%	96%
呼びかけ	21%	64%	7%	28%	13%	28%
言い淀み	2%	1%	5%	12%	2%	3%
話題予告	6%	0%	3%	0%	2%	1%
情報提供	85%	70%	83%	72%	85%	71%
願望	15%	4%	3%	1%	7%	0%
情報要求(質問)	31%	27%	21%	15%	27%	26%
情報要求(許可)	4%	0%	2%	0%	3%	0%
謝罪・恐縮	37%	42%	23%	22%	26%	33%
保障	5%	24%	6%	28%	6%	29%
限定	1%	0%	1%	0%	0%	0%
前提	32%	31%	14%	13%	36%	32%
補償	31%	23%	40%	43%	29%	44%
賞賛	10%	38%	2%	7%	2%	8%
懇願・念押し	17%	9%	14%	30%	13%	19%
礼	0%	3%	0%	0%	0%	0%
心配	0%	0%	0%	0%	0%	0%
謙遜	6%	0%	2%	0%	5%	0%
遠慮	0%	1%	0%	2%	0%	3%
挨拶	0%	2%	0%	1%	0%	3%
その他	5%	0%	6%	0%	5%	0%

表6は「パーティー」場面の各 move の使用人数の割合を示したものである。「パーティー」では、日タイ両言語とも「依頼」が一番多く、その次に「情報提供」であるが、三番目に多くあらわれるのは日本語においては上司の場合、「謝罪」、親しい同僚の場合、「補償」、同僚の場合、「前提」となる。一方、タイ語においては上司の場合、「呼びかけ」、親しい同僚と同僚の場合、「補償」の結果となった。「呼びかけ」は場面一、二、三と同じく日本語での使用件数は少ない。しかし、「謝罪」においては、他の場面と違ってタイ語でも全体的に日本語と同程度の使用件数である。これは、筆者が設問に「家が遠い」ということが条件として設定したことが原因であると考えられるが、ここから興味深いデータが浮かび上がった。「保障」と「賞賛」について両言語の使用件数を比較してみると、タイ人と日本人の言語行動の特徴がはっきり見られるのである。「謝罪」と「保障」と「賞賛」の出現件数を並べてみると、日本語では、「謝罪」が多く、「保障」と「賞賛」が相手を問わず少ない。それに対してタイ語では、上司に対し

ては「謝罪」と「賞賛」が同程度、親しい同僚に対しては「保障」のほうが「謝罪」より若干多く、同僚に対しては「謝罪」のほうが若干多いが、ほとんど同程度である。

アンケートの回答内容を見ると、日本語では「家が遠い」ということに対して恐縮の意味を示した後に「依頼」あるいは最後に「謝罪」という順番であるのに対して、タイ語では「謝罪」の後に、上司には「賞賛」、親しい同僚と同僚に対しては「保障」が添えられる。つまり、タイ人では「家が遠いですが、渋滞がないし、バスが多い」あるいは「車で迎えに行くから」「帰りは車で家に送るから心配しないで」という。また、タイ語の場合、新しい同僚と同僚に対して「補償」が三番目にあらわれるが、「上司」に対しては「補償」よりも多くあらわれるのは「賞賛」である。

## 五 考察

### 五―一 発話機能と聞き手の負担を減少させるストラテジー

五―一―一 日本語話者とタイ語話者のストラテジーの選択  
「仕事」の場面は仕事上の典型的な「依頼」行為であるため、相手の負担が容易に想像できることから、その負担への恐縮を表現するために、多くの割合の日本人が「謝罪」を使用する。しかし、タイ語では「謝罪」の数が少ない。

「社内セミナー」は、仕事上の「勧誘」として設定したが、日本人にとっては、相手の利益になる内容であっても、仕事に関することは全て「依頼」として認識し、また、仕事上の関係者である相手については、相手の仕事の状況を懸念し、その結

果、他の「依頼」両場面と同じく、相手への恐縮の意味を示す「謝罪」の出現数が負担の度合に沿って多くなっていると考えられる。

一方、タイ人は、「社内セミナー」は相手の利益になる行為であると認識するため、相手にメリットになることを強調するストラテジーを使って、相手への共感を訴える傾向が見られる。

プライベートの「勧誘」である「パーティー」の場面では、日本人は、「家が遠くて申し訳ない、来てもらうのが悪い」という恐縮の意味を示して、相手の負担を軽減するのに対して、タイ人は親しい同僚と同僚に対して、「家が遠いですが、私が迎えに行く、どうしても来てほしい」という誠意を示して、相手への敬意を表す。また、自分より地位の上の人に対しては、メリットを強調するより、相手を賞賛することが、相手のフェイスを保ちつつ敬意を示す。「補償」と「賞賛」は、聞き手へ敬意や誠意を示すために、タイ人とのコミュニケーションには有力なストラテジーであると言える。そのことは、特に「勧誘」の両場面において、上司に対しては、「賞賛」の出現率が親しい同僚と同僚より多いことと親しい同僚と同僚に対しては「賞賛」より「補償」が多いことから伺える。

### 五―一―二 「情報提供」の使い方の違い

「情報提供」は、日タイ両語において使用頻度が多いことは明らかになったが、使い方にはそれぞれ特徴がある。データをみると、タイ語では「pha'aeu'baŋ'ueu'phocchi」を使っ

状況あるいは事情説明が二六件あった。これらの言葉は日本語の「情報提供」には見られない。

「pha<sup>2</sup>ean」や「baŋ<sup>2</sup>ean」は本来「偶然」の意味で、「phacdi」は本来「ちょうど」の意味の言葉であるが、「依頼・勧誘」行為においては、依頼者が意図的に相手の自由を侵害しようとしているわけではない、ということ伝えて相手の心的な負担を軽減するストラテジーの一種として使用されている (Djawan (2000))。

日タイ異文化間コミュニケーションの場において、タイ語を話す日本人が「pha<sup>2</sup>ean, baŋ<sup>2</sup>ean, phacdi」を、これらの単語の本来の意味としてのみ捉え、配慮のストラテジーとしての使い方を知らない場合、誤解が生じる原因の一つになり得ると考えられる。

### 五―一三 「謝罪」の使い方の違い

「謝罪」は、日タイ両言語間における出現件数の差がとりわけ大きい機能の一つである。これは日本人とタイ人の「依頼・勧誘」行為への認識の違いによるものと思われる。

北尾(一九八八)は、「日本では人々の交わり自体が負担になる度合いが強い。これは同じ組織内で顕著で、単に依頼のように本来相手に負担をかけるもののみでなく、招待や申し出でもこの傾向がある。これは日本では負債の概念が強く、人に負債を持ちたくない自己保存の欲求が強い。」と述べている。つまり、日本人は「依頼・勧誘」行為自体に負担を強く感じるため、その行為の内容に関わらず、「依頼・勧誘」行為によって

相手が負う負担に対して、「謝罪」が多く使用されているのであろう。

しかし、タイ人は、困っている人を助けることは、徳を積むことになり、自分にとって利益になる行為であることを認識しているため、依頼者側も被依頼者側も、「お互い持ちつ持たれつ」の意識が高く、「依頼」行為において、負債の概念が低い。そのため、相手への心的負担を軽減するための「謝罪」の機能を使うことが少ない。これは、日本語において「謝罪」がすべての場面でよく用いられるのに対して、タイ語の場合においてはどの場面でも使用頻度がかなり低いという結果からも分かる。

### 五―一四 「呼びかけ」の使い方の違い

「呼びかけ」も「謝罪」と同様、日タイ間に大きな差があらわれた。「呼びかけ」の使用は、日本人よりタイ人に明らかに多い。特に上司に対しては、どの場面においても、日本人の約三倍の数が使われている。

日本人・タイ人の、それぞれの「呼びかけ」の使い分けの頻度を示したものが、表7である。

日本人回答者の意見によると、日本人が上司に対して使う呼称として、役職名を使う場合と相手の名前を直接呼ぶ場合とがあるが、どちらを使うかは企業内での習慣あるいは決まりごとによるものであり、役職名を使うことに特別な意味はないという。

これに対し、タイ人が上司によく使う *huanaa* (上司) は上

表7 日タイの「呼びかけ」の使い分け

	上 司		同僚・親		同僚・疎	
	日本人	タイ人	日本人	タイ人	日本人	タイ人
相手の名前	44	18	34	57	57	81
職業名称	38	244	4	3	3	0
親戚名称	0	29	0	4	0	17
対称代名詞	0	4	0	92	1	45

表8 日タイの発話中の呼称の使い分け

	上 司		同僚・親		同僚・疎	
	日本人	タイ人	日本人	タイ人	日本人	タイ人
相手の名前	62	17	17	13	46	40
職業名称	33	349	3	0	2	4
親戚名称	2	49	1	1	2	14
対称代名詞	0	51	6	188	2	176

の者は下の者の面倒を見なければならぬ、というタイ人特有の文化風習により上下関係をはつきりさせ、上司は部下に配慮すべきであるという立場上の責任感を感じ、部下の側もそれを期待してこの呼称を使う。タイ人の、目上の人に対する甘えの一種であるとも考えられる。

聞き手との上下関係や親密度を明確にすることで聞き手の負担を軽減することができるが、タイ人は「呼びかけ」でこれを

明確にする傾向があり、例えば、上司には「hàntà」(上司)を使って、相手が上司であることを意識させ、親しい同僚や同僚に対しては「phǐ」(お姉さん、お兄さん)、「nǎng」(妹さん、弟さん)、「kè」[nai] (きみ)、「phǔan」(友達)、「mum」(おまえ)など仲間意識を持つ呼び方で、親密度が高いことを強調する傾向にあると言える。

また、「呼びかけ」の機能の他、発話の中に相手を呼ぶ対称詞が日タイ両言語の間でどのように使っているかも調べた。それぞれの頻度を示したのは、表8である。

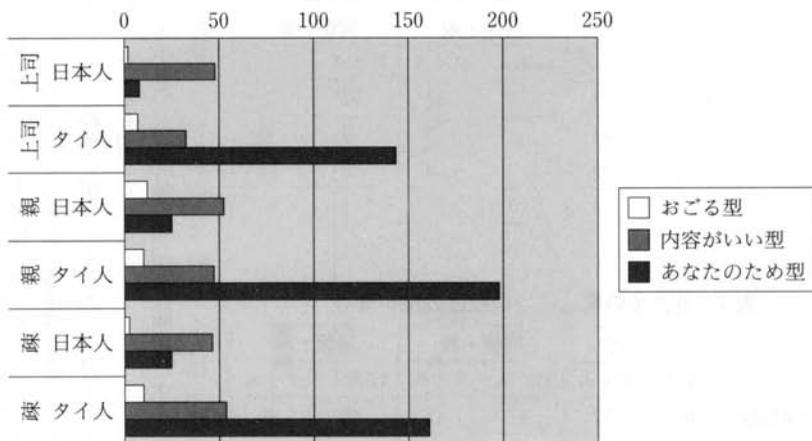
以上のように、発話の中で呼称についても、日本人よりタイ人のほうがはるかに多く使用している。「呼びかけ」の使用件数とあわせると、発話の間に相手のことを呼ぶ回数が日本人と顕著な差が見られる。

小林(一九九七)は、念押し的に話し手の意見・判断を強く押し付けるニュアンスで呼称が用いられていることもあるという。そのため、日本人同士では、日本人の適度な頻度があり、その適度に使用すれば問題ないのだが、その適度に超えると、違和感を感じ、押し付ける度合が高くなる。つまり、タイ人並みの使用頻度では、日本人にとっては押し付けがましいという印象となりうる。

#### 五一一五 「補償」の使い方の違い

「補償」は、タイ人ではムーブの使用数が3番目に多く、全体的に日本人より多い。特に「チャリティー」と「社内セミナー」ではタイ人と日本人の使用数の差が大きい。一方日本人に

表9 「補償」の種類「使い分け」



おいては「パーティーでは見られるが、他の場面での使用は少ない。日タイ両言語の「補償」の内容をみると、四一で紹介したように、大きく三つに分類できる。その使い分けを表9で示す。

表9からわかるように、タイ人の補償の内容は、「あなたのため型」がほとんどである。それに対して、日本人は全体的使用頻度は少ないものの、「パーティー」の場面では「内容自体がいい型」が多い。

タイ人は、相手の協力を請う際に、相手にとっての利点、つまり相手にとってその行事がどんなにいいかを説明することで、間接的に相手の負担を軽減すると考えられる。一方、日本人は、「補償」そのものをあまり使わないが、使用する場合は、相手のメリットを強調するより、そのもの自体がいいことを客観的に伝えたいうえで、参加不参加については相手に決断を委ねることで、相手の負担を間接的に軽減すると考えられる。

タイ人の「補償」の使用数を場面別にみると、「チャリティー」において特に多く使用している。これはタイ人にとって「チャリティー」の場面は、相手に絶対的な利益があると認識しているためと考えられる。例を挙げると「raw mi: t̃a: pa: nsadeŋ kankusōn c̃ə? ma: hai: ch̃ai: kan thambun gan ni: sañk m̃aak leai ña? ñakdontri: k̃o: rad̃ap s̃upp̃as̃ataa t̃aŋ d̃ai bun l̃e? sañk ʔiik d̃ai ña?」（チャリティーコンサートのチケットがあるんです。皆と一緒に協力して徳を積んでもらおうと思つて。とても楽しいイベントですよ。歌手もスーパースターレベルで、楽しみながら徳も積むこともできます。(T82:22)）というように、「メリットを強調するものが多い。一方、日本人にはこのような使い方がない。これは、タイ人と日本人のこの場面の「依頼・勧誘」行為の内容の認識の違いによるものであろう。

笹川（一九九九）はタイ語では依頼は相手のためにする行為ということが前提として表現されていると述べている。本稿の

表10 日本人とタイ人の機能の組み合わせパターン

国	△のみ	○のみ	△のみ	△△	△○	計
日本	25	30	44	520	660	1279
タイ	172	26	113	641	380	1332
計	197	56	157	1161	1040	2611

「補償」の「あなたのため型」の全体の使用件数をみると、笹川の言うように、タイ語では依頼は相手のためにする行為というところが前提とされていることになる。確かにこの傾向はあるものの、場面別に見ると、「仕事」の場面では殆ど使用されていないことがわかる。つまり、明らかに相手に利益ではなく負担をかける内容に関しては、「補償」は使わない傾向が強い。その代わり、この場合、「呼びかけ」を使って相手に親密感を与えることで、相手との心的距離を縮めるストラテジーを使用する傾向にあると考えられる。

### 五二一六 「依頼・勧誘」行為のパターンの違い

次は、「依頼・勧誘」の発話にあらわれた move の機能がどのように構成されているか、つまり、「依頼・勧誘」行為がどのような発話機能の組み合わせで、どのような順序でなされるのか、その構造について考察する。核となる「依頼・勧誘」とそれを支持する機能の組み合わせを示したものが、表10である。なお、表の中の「○」は、核となる「依頼・勧誘」の機能、「△」は「依頼・勧誘」の機能を支持するものを示す。

データから得られた組み合わせパターンは、日タイ両言語とも、五パターンである。

「依頼・勧誘」の機能だけを使ってあからさまに「依頼・勧誘」行為を行うものは、日タイ両言語とも少ない。日本語でもっと多く使用されるパターンは、「依頼・勧誘」の機能を支持する機能を述べてから、核となる「依頼・勧誘」を伝え、つまり、「△○」のパターンである。それに対して、タイ話者が最も多く使用されるパターンは、「依頼・勧誘」の意図を伝えた後も、支持する機能を述べるという「△△」のパターンである。つまり、核となる「依頼・勧誘」の機能を言い出す前に、支持する機能を言う、あるいは、さらに「依頼・勧誘」の後も支持する機能を言うものが日タイ両言語とも多い。

日本語とタイ語で頻度の差が違うのは、「一△△」と「△△」の両パターンである。どちらもタイ話者のほうが多く使用している。前置きがなく、突然依頼を言い出すという「一△△」のパターンを、タイ人が日本人に使用すると、タイ人が強引だと思われる可能性が考えられる。

一方、「依頼・勧誘」を使わず、「情報提供」あるいは「質問」などヒントを与えて、相手に「依頼・勧誘」の意図を間接的に伝えて「依頼・勧誘」行為を達成しようとするもの、つまり「△のみ」のパターンが、日本語の四四件対して、タイ語においては三倍の一三件という結果となった。

さらに日本語話者とタイ話者の相手別の使用率は表11で示したとおりであった。表11を見ると、タイ話者も日本人も上

表11 日タイの「△のみ」使用率

	日本人	タイ人
上司	32%	35%
同僚・親	32%	21%
同僚・疎	36%	43%

表12 日タイの「依頼・勧誘」のパターン

日 本			タ イ		
パターン	下位	数	パターン	下位	数
△△○	情報提供+謝罪+依頼	54	△△○	呼びかけ+情報提供+依頼	79
	情報提供+前提+依頼	49		謝罪+情報提供+依頼	16
	謝罪+情報提供+依頼	46		情報提供+情報提供+依頼	8
合 計	242件			158件	
△○	情報提供+依頼	90	△△○△	呼びかけ+情報提供+依頼+補償	14
	謝罪+依頼	84		呼びかけ+情報提供+依頼+質問	10
				情報提供+前提+依頼+補償	8
合 計	194件			127件	
△△△○	情報提供+謝罪+前提+依頼	10	△○△	情報提供+依頼+補償	16
	謝罪+情報提供+謝罪+依頼	9		呼びかけ+依頼+補償	16
	話題予告+情報提供+謝罪+依頼	7		情報提供+依頼+懇願	14
合 計	126件			110件	

司と親しい同僚より、疎の関係にある同僚に対して、意図を直接的表現せず、情報を与えるストラテジーを使用している。つまり、日本語話者もタイ語話者も上下より親疎の関係においてより気を遣うという結果となった。

次に、すべてのパターンの中で、比較的頻度の高い上位三のパターンを示し、各パターンを構成する発話機能と、それらの機能の使われ方を調べる。日タイ両言語それぞれにおける発話機能の出現件数を示したものが表12である。

日タイ両言語とも最も多く使用されるパターンは、支持する機能を二つ述べた後、「依頼・勧誘」を使うパターンで、また上位の三パターンのすべては、二つから四つの Move が使われている。「依頼・勧誘」の機能だけ、または、「依頼・勧誘」を使わないものは上位にはあらわれていない。

日本語においては、「依頼・勧誘」、「情報提供」、「謝罪」、「前提」または「話題予告」によって構成され、どれも支持する機能を一つから三つ述べてから、最後に「依頼・勧誘」機能が締めくくられる。一方、タイ語においては、「依頼・勧誘」、「情報提供」、「呼びかけ」、「補償」または「質問」によって構成されるのが基本的な構成となっており、支持する機能を述べてから「依頼・勧誘」で締めくくられるパターンと、支持する機能を述べた後に「依頼・勧誘」を使い、最後にまた支持する機能で締めくくられるパターンがある。

また「依頼・勧誘」の意図を伝える直前の機能に注目してみると、日本語では「謝罪」あるいは「前提」の機能の使用が多いが、タイ語ではたいていの場合「情報提供」をしてから、

すぐ「依頼・勧誘」の意図を伝える。

日本語においては、「謝罪」は、相手と依頼者の心的負担を軽減し、相手に敬意を示す代表的な機能であり、また「前提」は、相手が依頼者の「依頼・勧誘」行為に答えなくてもいいという選択権を与える、相手への配慮を示すストラテジーの一つだと言える。しかし、タイ語においては、どのパターンにも「謝罪」と「前提」がほとんど含まれていない。「依頼・勧誘」の意図を伝える直前の機能のほとんどが「情報提供」という結果となっている。

この、使用する支持機能の差異から、日タイ異文化間のコミュニケーションの場において違和感が生じ、双方の不愉快を招くことも十分あり得ると考えられる。

## 六 おわりに

以上、「依頼・勧誘」の際、日本人とタイ人がどんな手段で聞き手の *negative face* を保ちつつ自分の目的を達成するか、聞き手の負担を減少させる配慮として、どのようなストラテジーを使用するか、それぞれの特徴や背景の差異を比較考察し、それらの差異によって生じうる日タイ間のコミュニケーション上での摩擦の原因を追究した。

その結果、日本人とタイ人が使用している「依頼・勧誘」行為の発話機能、「依頼・勧誘」行為の核となる「依頼・勧誘」表現、それらによる聞き手への心理的負担を減少する方法、またそのストラテジーに差異が見られた。この差異によって、日タイ異文化間のコミュニケーションの場において摩擦が生じ、

双方の不快感を招く可能性があると考えられる。

しかし、当然のことながら、実際のコミュニケーションの現場では個人差もあり、また、誰もが人間関係を維持するために各々が様々なストラテジーを使用しよう。そのため、今後さらさらさまざまな場面や多くの人を対象に、日タイ間のコミュニケーションの違いを比較考察していきたい。また、本稿の調査結果が日タイ間のコミュニケーションの場で生じる摩擦を少しでも解消できれば幸いである。

### 注

- (1) *move* の概念については津田(一九八九)、中田(一九九〇)により詳しく説明されている。
- (2) 発話行為において話し手が何を意図するかということ。

### 参考文献

- Blum-Kulka, S. (1989). *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Brown, P. and Levinson, S. (1987). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 堀江・インカピロム・ブリヤー(一九九五)「依頼表現の対照研究―タイ語における依頼の方略」『日本語学』Vol. 14, 10、明治書院
- 北尾謙治、北尾・S・キャスリーン(一九八八)「ポライトネス―人間関係を維持するコミュニケーション手段」『日本語学』Vol. 7, 3、明治書院
- 小林美恵子(一九九七)「自称・対称は中性化するか？」現代日本語研究会編『女性ことば、職場編』ひつじ書房
- Leech, G. N. (1983). *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- 池上嘉彦訳(一九八七)『語用論』紀伊國屋書店
- 中田智子(一九九〇)「発話の特徴記述について―単位としての *move*

- と分析の観点―『日本語学』9―11、明治書院
- 敵廷美(二〇〇四)「日本語と朝鮮語における依頼の仕方の対照研究―  
発話機能の観点から―」『言語と文化』第7号、関西学院大学言語  
教育研究センター
- Piyawan (2000) Structures and Strategies of Requests in Thai and  
American English. Department of Linguistics Chulalongkorn  
University
- 笹川洋子(一九九四)「異文化間に見られる「丁寧さのルール」の比較」  
『異文化間教育』8号
- 笹川洋子(一九九九)「アジア社会における依頼のポライトネス (for  
you or for me) な(こ)」『親和國文』34 154―181
- Searle, J. R. (1969), *Speech Acts : An essay in the philosophy of  
Language* London : Cambridge University Press. 坂本百大訳(一  
九八六)『言語行為』勁草書房
- 津田葵(一九八九)「社会言語学」柴谷方良・大津由紀雄・津田葵『英  
語学大系6 英語学の関連分野』大修館書店