

東北大学・タマサート大学・タイ国立開発行政大学院大学 (NIDA)
国際合同シンポジウム 2022

発表要旨 (発表順)

ツイッターにおける日本語の「出る」とタイ語の「?ò:k」の意味拡張についての考察

コチャラット・シーティ (タマサート大学教養学部大学院日本研究科修士課程)

多義語は意味拡張という言葉の変化現象をもたらす傾向がある。日本語の「出る」の意味は構文やコロケーションによって違うことから、「出る」は多義性を持つ言葉だと考えられる。しかし、「出る」をタイ語に直訳すると「?ò:k」と日タイ辞書に書いてある。日本語は動詞砕付け言語だがタイ語は等価砕付け言語であり類型的に異なるこの二つの言語が同じ「移動」を示すとは言えない。したがって、本研究の目的は「出る」と「?ò:k」の意味を分析し、その多様な意味から、意味拡張のパターン、それからこの言葉を通じて各言語話者がどのように「移動」を表現するかを比較し明らかにすることである。調査に使用するデータとしては、実際に使われている Twitter の「打ち言葉」を対象にし、400 サンプルを収集した。

「出る」の意味は、Principled polysemy 枠に基づいて分析した結果、16 の意味があることがわかった。また、それらは「離脱」「位置移動」「出現」「発生」「売り出す」「与えられる」「慣用句」という 7 つの意味カテゴリーに分類されていることがわかった。拡張パターンは 4 つのパターンがあると考えられる。パターン①「離脱」から「発生」はメトニミーによって拡張し、パターン②「発生」から「売り出す」、パターン③「発生」から「与えられる」、パターン④「発生」から「慣用句」は、メタファーによる拡張であると考えられる。「?ò:k」の意味は、Principled polysemy 枠に基づいて分析した結果、13 の意味があり、「離脱」「位置移動」「出現」「発生」「できる」「(料金を)払ってもらう」「かなり」「意味強調マーカ」という意味カテゴリーで使われていることがわかった。拡張パターンはメトニミーによるパターン①「離脱」から「(料金を)払ってもらう」と、メタファーによるパターン②「かなり」や「意味強調マーカ」がある。

以上のように、「出る」は「?ò:k」と同様に「移動」というプロトタイプの意味を示すのみならず、「移動」も表す。つまり、「移動」を表示するために、Figure (動くもの)、Move (移動のタイプ)、Path (動き方)、Ground (出る領域・到着領域) という移動要素が必要となる。しかし、タイ語と日本語では視点の相違が存在する。そのため、同じ「IN」と「OUT」の動きであるにもかかわらず、各言語話者は移動に対して異なる視点を持ち、違う「移動」を示す。

* * * * *

村田沙耶香の『コンビニ人間』に現れる男性主人公の「男性性」の危機

チティパット・プムソム（タマサート大学教養学部大学院日本研究科修士課程）

『コンビニ人間』は村田沙耶香の作品であり、2016年に文藝春秋出版社から出版された。本発表では『コンビニ人間』の中で、主人公の女性の元バイト仲間として登場し、主人公と同居することになった一人の男性の言動から浮かび上がる男性性のイメージに着目する。そして、その男性性のイメージと、作品と同時代の現代の日本社会における男性性のイメージを比較し、考察していきたい。

村田は男性に対して日本社会が期待している「仕事」と「結婚」という概念に応えられない男性を表すために、「白羽」という男性の登場人物を創作した。社会の期待に応えられない白羽は無権力の男性でありながら、逆に不気味な行動で周りの人に対して自分の権力を発揮しようとしている。このような行動は白羽の不安定の気持ちを表し、白羽自身に起こった「男性性の危機」を指すと言えるだろう。

さらに、白羽は悪賢く、他人に迷惑をかけるばかりで、自分の利益のために行動する人物として描かれている。そして、この白羽にある「無権力」と「悪賢さ」の双方が、主人公の女性、古倉の変化に大きな影響を与えたと考えられる。白羽のような男性の登場人物の描き方は、これまでの村田作品に登場する男性の描き方とは明らかに異なっている。すなわち、『コンビニ人間』に登場する白羽には、単にわき役としてだけではなく、現代社会における男性性について問いかけ、考えさせる役割があるといえる。

* * * * *

医療観光の方向性と日本人の医療サービスの利用傾向

ジャンティマー・センタブティム（NIDA 言語コミュニケーション研究科修士課程）

本研究の目的は、日本人観光客の医療観光の傾向を研究するとともに、タイ全体の医療観光の現状を分析し、その方向性をガイドラインとして提案することである。調査対象はバンコクで医療観光に携わる行政機関および国立の機関2箇所および民間企業4箇所で、それぞれの関係者にインタビューを行った。インタビューデータを、競争優位（VRIO）の4つの要素、つまり経済的な価値・希少性・模倣可能性・組織の視点で分析するとともに、ポーターの国の競争優位に関するダイヤモンド理論に基づいて分析した。

分析した結果、タイにはアジアの健康拠点として標準的なサービスがあり、公衆衛生、専門治療、医療従事者の専門知識などが地位を高める上で多くの利点があること、また日本人観光客は主に私立病院で受診することを選択していることが分かった。また、再生治療、性転換手術、ボイスチェンジ、デトックス、皮膚のレーザー治療、健康と美容などの治療を日本人がタイの私立病院で受けているという回答が見られた。またタイの専門医は有名で日本より充実していて、タイ人のサービス精神はとて高く、それによって日本人がタイでの医療サービスを受けるきっかけとなっており、今後、健康を目的に来タイする日本人観光客や日本人高齢者などが増加すると考えられている。これにより、より多くの日本人医療観光客に対応するために、民間企業は海外のビジ

ネスパートナーとの協力関係構築に期待を持つようになってきている。例を挙げると、ヤンヒー私立病院は海外にある病院・医師・精神科医とパートナーシップがあり、この病院で治療を受けたい日本人は、来タイする前に日本の各地にいる精神科医と相談し、いろいろな点を確認することができる。

* * * * *

日本の漫画のタイトルのタイ語翻訳方法

チャリヤー・オンラッタナクン (NIDA 言語コミュニケーション研究科修士課程)

本研究の目的は、漫画タイトルのタイ語翻訳方法を明らかにすることである。言語とコミュニケーションの「機能」を重視する訳文志向（目標重視）のスコポス理論を利用し、9つのタイの漫画出版社から出版された200の日本の漫画のタイトルを分析した。具体的には、翻訳家が受信者向けにどんな翻訳の方法を選択したか、そのタイ語版のタイトルと第1巻の内容を参考に分析を行った。

分析した結果、日本語の漫画タイトルをタイ語に翻訳する方法は、(1)音訳 (2)直訳 (3)語彙変更 (4)ストーリーに関する語彙に変更 (5)語彙の削除 (6)語彙の追加 (7)タイトルの構文変更 (8)登場人物の視点変更の8つに分類できた。最も使用された翻訳方法は(6)の語彙の追加であり、全体の69.5%を占めている。その中で、語彙の追加と一緒によく使用された方法は(1)音訳と(7)タイトルの構文変更であり、9.4%を占めている。さらに、訳名を美しくするために翻訳家が様々な言葉遊びを使用していることが分かった。最も使用された言葉遊びは「押韻」であり、全ての訳名の30%を占めている。また、日本語版のタイトルがあらすじのような長いタイトル名である場合、翻訳者は必ず「直訳」を使用するが、タイ語の美しさを考慮し、他の方法を一緒に使用し、タイトルの工夫をしていることも分かった。

* * * * *

日本語学習におけるシャドーイングの効果

布袋進一 (東北大学大学院国際文化研究科博士後期課程)

音韻ループによる記憶保持情報の増加を図り、ワーキングメモリを効果的に使えるように訓練するシャドーイングは、効果的な言語学習法の1つとして考えられている。音韻ループと言語習得の関りには構音速度、Memory Span、聞いた音声を正確に繰返す復唱力の3つの要素が関係しており、音韻ループの活動はシャドーイングによって活性化する(玉井, 2002)。シャドーイングにより学習者の構音速度や発音が向上し効果がある(阿・林, 2011; 高橋・松崎, 2007; 萩原, 2007)ことから、音声知覚の自動化、調音の自動化など言語学習に様々な効果が期待で

きる。しかし、単一言語話者による学習者と単一言語話者よりも鍛えられたリスニング力を持つ二言語話者による学習者のシャドーイングの効果を比較した場合、効果は同じなのであろうか。本研究では、聞いた音声を正確に繰り返す復唱力に焦点をあて、第二言語として日本語を学習している学習者（i.e., 単一言語話者群）と第三言語として日本語を学習している学習者（i.e., 二言語話者群）のシャドーイングの効果の比較を目的とした。

本研究は、聞いた音声を正確に繰り返す復唱力をリスニング力と定義し、シャドーイングによる聴解力向上に着目して、日本語の聴解学習への効果を比較した。単一言語話者群4名と二言語話者群4名の2つに分け、日本語の聴解に関するプレテストを行った。その後、日本語のシャドーイングを4週間行い、日本語聴解に関するポストテストを実施した。プレテスト・ポストテストの平均得点の差を統計分析し、シャドーイングの効果を検討した。結果は、単一言語話者群と二言語話者群の間では、日本語の聴解テストの平均得点に有意な差は認められなかった。しかし、各群内の日本語の聴解テストの平均得点には有意な差が認められ、シャドーイングが日本語の聴解力の向上に有効であることが示唆された。

* * * * *

日本・ベトナムの漢文読解における固有名詞の識別

グエン・ティー・トゥー・フエン（東北大学大学院国際文化研究科博士後期課程）

漢字文化圏諸地域（中国、朝鮮半島、日本、ベトナム）においては、漢文文献を自言語で読解する習慣が古くからあった。漢文読解に当たって、各種の符号・文字が加えられ（加点）、加点資料を形成する。漢文読解に用いられる符号は「個別言語を超越して漢字文化圏地域に共通する符号」と「それぞれの個別言語によりかかる符号」とに分けることができる。つまり漢文読解においては「自言語によらない読解」と「自言語による読解」があったことになる。日本の漢文読解では「自言語によらない読解」と「自言語による読解」のいずれでも、漢文本文に文字・符号（訓点）が直接書き込まれる。ところが、ベトナムの漢文読解では漢文本文への書き込みはほとんどベトナム語を表わさず、ベトナム語による読解は本文への書き込みとは別にベトナム語表記のチュノム（chữ Nôm）が使われる。一方、漢文読解の一部として固有名詞に対する識別・読解があり、固有名詞を示す加点は日本では「朱引（しゅびき）」と呼ばれる。ベトナムの加点資料でも日本の「朱引」と類似した加点が確認できる。

本発表では、漢字文化圏において古くから重要な古典籍である『論語』の加点資料を取り上げ、日本とベトナムの資料に見られる「朱引」の形態、および「朱引」の内容と自言語（日本語・ベトナム語）による解釈との対応を考察する。なお、扱うベトナムの資料と日本の資料では「朱引」が見られる本文部分が重複しないため、ここでは二資料に見られる「朱引」の形態と内容のみを比較する。