

職場の食事勧誘過程における会話上の役割交渉*

－3名の調査協力者を対象とした質的分析より－

鄭圭弼**
jgp3232@yahoo.co.jp

<目次>

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| 1. 本研究の背景と目的 | 6.3 考察 |
| 2. 主題語の相関関係 | 7. KB2にみられる食事勧誘時の会話上の交渉や役割交渉 |
| 2.1 インターアクション能力と食事勧誘行動 | 7.1 社会文化的文脈の理解 |
| 2.2 会話上の交渉及び会話上の役割交渉 | 7.2 分析 |
| 3. 先行研究 | 7.3 考察 |
| 4. 調査概要 | 8. KB3にみられる食事勧誘時の会話上の交渉や役割交渉 |
| 4.1 データ収集方法及び調査協力者 | 8.1 社会文化的文脈の理解 |
| 4.2 分析の方法及び理論的枠組み | 8.2 分析 |
| 5. 調査結果 | 8.3 考察 |
| 6. KB1にみられる食事勧誘時の会話上の交渉や役割交渉 | 9. まとめと今後の課題 |
| 6.1 社会文化的文脈の理解 | |
| 6.2 分析 | |

主題語: 韓国人ビジネス関係者(Korean business personnel), 日本人ビジネス関係者(Japanese business personnel), 食事勧誘行動(Meal solicitation action), インターアクション能力(Interaction competence), 会話上の交渉(Conversational negotiation), 及び会話上の役割交渉(Conversation role negotiation)

1. 本研究の背景と目的

職場で同僚同士が人間関係を円滑に構築し維持するのに職務遂行能力だけでなく、食事会や飲み会などに誘い合い、そこで行われる会話も重要であろう。これは職務にかかわる公的な話題に限らず、私的な話題についても話しやすくなるからだと考える。だが、韓国

* 本稿は、鄭圭弼(2014)「日本の職場における韓国人ビジネス関係者の食事勧誘行動」2014年度日本語教育学会春季大会(創価大学, 2014.6.1)『予稿集』, pp.223-228をもとに加筆修正したものである。

** 동명대학교 일본학과 비상근강사

人ビジネス関係者(Korean business personnel)(以下、KBと略述)にとって、食事の勧誘における日本語の使用が適切にできず、同僚との関係構築が円滑にできないという報告(鄭2013b:96-97)もある。本研究ではこれに着目し日本の職場において、同僚の日本人ビジネス関係者(Japanese business personnel)(以下、JBと略述)に対し、KBが行う食事の勧誘過程に焦点を当てる。その後、KB自身が工夫し実行している日本語のインターアクション能力による動的で可変的な会話上の交渉や役割交渉の一端を解明することを目的とする。最後にその結果に基づき、関連学術分野(日本語教育学と社会言語学)への提言を述べる。

2. 主題語の相関関係

2.1 インターアクション能力と食事勧誘行動

「インターアクション能力」(ネウストプニー2002;鄭2013b等)は、人々が様々な社会文化的行動を行うために用いる手段や方法であり、3つの能力-「文法能力、文法外コミュニケーション能力、社会文化能力」-に分類されている。社会文化的行動としては、日常生活、学校、医療、スポーツ、ビジネス、政治などのそれぞれにおいて、買い物、講義登録、診察、サッカー、会議、選挙などが挙げられる(村岡2003;鄭2013b等)。本研究における社会文化的行動は日本のビジネス現場(職場)で同僚のJBに対し、KBが行う食事勧誘行動である。

KBにとって、同僚のJBに対し日本語で食事を誘うのに必要な能力は語彙や文法を選択し発音しつつ、センテンス(文章)を正しく生成するための「文法能力」に関連するものに限らない。ビジネス現場においては、ビジネス上の役割(社員、課長、部長、社長、買い手、売り手等)があり、これらによる力(power)関係が言語使用に影響を与える。加えて、食事勧誘が行われている場所や目的、話し合う内容など数々の社会文化的・社会経済的な文脈を同時に考慮・運用しつつ、言語化するための「文法外コミュニケーション能力」も用いなければならない。この2つの能力はコミュニケーションを行うのに不可欠であるため、合わせて「コミュニケーション能力」と捉えている。この能力を使い、ことばの明示的な意味にくわえ、語用上や文脈上の意味を伝え合うだけでなく、食事勧誘を行うための手段や方法である「ストラテジー」(ザトラウスキー1994;鄭2013b)も工夫し実行しなければならない。さらに、食事の食べ方や礼儀作法などにかかわる知識や情報、経験などを活用するための「社会文化能

力」も必要である。社会文化能力にコミュニケーション能力を加えたものをインターアクション能力であると捉えられている。

上述のように、インターアクション能力は場面や個人によって多様であり、この多様性がKBが行う食事勧誘過程の中で負に作用することであろう。その時、多様性について伝え合い、相互理解を深めるための会話上の交渉や役割交渉が重要であると考えられる。

2.2 会話上の交渉及び会話上の役割交渉

JBに対し、KBが行う実際の食事勧誘行動は上述の3つのインターアクション能力が絡み合う動的な調整過程であると考えられる。この過程の一端を捉えるために「会話上の交渉」の概念を用いる。会話上の交渉は、Gumperz(1992)によって提唱され宮副ウオン(2003)と鄭(2008、2013a、2013b)によって『日本語教育学』に発展した。本研究では鄭(2013b:23-24)における「会話上の交渉」の定義を援用し、「二人以上の人々が協働で、食事勧誘を円滑に行うために用いる会話における調整」として用いる。食事勧誘にかかわるインターアクション能力は同僚によって多様であり、このためKBにとって食事勧誘が適切に進まないこともあろう。その際、この個性や多様性について確かめ合いつつ、共有するための会話上の交渉が重要な役割を果たすと考えられる。

さらに、会話上の交渉過程のなかで、食事勧誘にかかわる社会文化能力は必ずしもビジネス上の役割が上位である者や年齢が上である者と比例するものではない。つまり、ある食事にかかわる社会文化的な知識や情報、経験は上位者より下位者の方が豊富に持っている場合もあろう。この場合上位者に対し、下位者が食べ方やマナーなどを教えることも生じうる。その際、ビジネス上の役割が担っている力(power)関係が不均衡に変容することがあり、同時に下位者が上位者より上に立つといった暫定的な会話上の役割が交渉・構築されることがある(鄭2008)。これらの会話上の交渉や役割交渉が食事勧誘の成功に正の影響を与えると考えるのである。

なお、次節の先行研究では職場における日本語の使用に関する研究を分類調査する。具体的には職務関連行動と職務関連外行動にわけ、それぞれに対し研究目的と調査概要の観点から分析を行う。その後問題点を指摘したのち、本研究で発展すべき点を述べる。

3. 先行研究

先行研究のうち、KBが調査協力者に含まれているものに限ると、清(1997)、島田・澁川(1998、2000)、大崎(2006)、近藤(2007:45-83)、鄭(2013b)などが挙げられる。これらのうち、清(1997)、島田・澁川(1998、2000)、大崎(2006)、近藤(2007:45-83)は、主に職務遂行にかかわる日本語の表現や行動を取り上げており、中でも鄭(2013b)には職務関連外(特に、食事勧誘)にかかわる日本語の使用も含まれている。

まず、清(1997)の目的は、コミュニケーションを阻害する要因を探ることであり、このため77名の「外国人社員」(うち、韓国人社員は7名)を対象とし面接調査を行っている。島田・澁川(1998)は日本国内に勤務している67名の「外国人ビジネス関係者¹⁾」から収集したアンケート結果を対象に、彼(女)らの日本語使用の実態を探っている。島田・澁川(2000)はアジア5都市²⁾にある日系企業での「ビジネス日本語のニーズ」を雇用者(人事担当者)と被雇用者(外国人ビジネス関係者)の観点から明らかにすることである。特に、韓国に着目すると、ソウルにある日系企業に勤務している「87名の現地人」と「17名の人事担当者」を対象にアンケート調査を行いその結果を分析している。次に、大崎(2006)は異文化コミュニケーション上の問題点を究明することであり、このためソウルにある日系企業に勤務している47名(うち、韓国人は33名)を対象にアンケート調査を行っている。また、近藤(2007:45-83)は、コミュニケーション上の問題点を探るために、100名の「外国人ビジネス関係者³⁾」から集められたアンケート結果を分析している。最後に、鄭(2013b)は、5名のKBに対し、インタビューデータと自然談話データを使い、上述の会話上の交渉や役割交渉の過程について分析考察している。

上述の概観内容に対し、調査方法と協力者の観点から2点がいえる。まず、調査方法の観点から、アンケートによる研究が4件であり、この調査法は大量のデータ収集に適しているといえる。しかし、これらのアンケートには「この場合あなたなら、表現や行動をどのように用いるか」といった仮定的な質問をし、これに対する回答をデータとして使用しているため、実証的研究とは言い難い。次に、協力者の観点から「外国人社員」「外国人ビジネス関係者」「アジア圏」などと一括りにして分析を行っている研究があるということである。このため、上述の先行研究の目的解明にかかわる韓国人による日本語の使用上の特徴と問題

1) 韓国人は含まれているものの、その人数は明記されていない。

2) アジア5都市とは、ソウル、大連、クアラルンプール、香港、バンコクを指す。

3) 「アジア圏(中国+韓国)が49%」と「欧米豪系51%」に分類されており、韓国人に関する詳細な属性(人数と性別等)は不明である。

点については言及されていない。

一方、職務関連外行動について、特に食事勧誘は職場で同僚同士が私的な関係を構築したり、維持するのに欠かせない行為であろう。だがその過程に関する先行研究の蓄積は非常に乏しい。管見するところ、鄭(2013b)において2名のKBを対象とした分析が一部言及されているのみである。例えば、40代のKBは「入社してから2年が経過しているが、同僚や上司を食事に誘ったことは一度もない。(中略)難しさを感じる」(前掲書:96)と述べている。また、30代のKBは「上司とパスタをたびたび食べるのが嫌いで、(中略)自分が食べたい料理を勧めたいけど、うまく言えないので我慢している。」「好き嫌いの気持ちが適切に伝えられない」(前掲書:137)と述べている。これらの発話から、勧誘そのものが適切にできないことがわかる。このようなデータに対し、鄭(前掲書:98-99)は「規範」という主題語を使い分析を試みており、これは本研究における主題語と異なる。

以上のことから、本研究で発展すべき2点が指摘できる。つまり、職場で食事勧誘といった職務関連外にかかわる行動についても探る必要があることと、そのとき個人のKBの当事者を対象に日本語の表現や行動に関する実証的データを収集し、本研究の主題語を使い分析考察することである。本研究はこの2点を重視するため、一般化を目的としていない。あくまで個人のKBを対象とし、自然な食事勧誘行動の一端をローカルな観点から捉えることにある。これによって、食事勧誘時の日本語の表現や特徴が表れる可能性が示唆され、日本語のビジネスインターアクション研究の未解明の部分に光が当てられると考えられる。

4. 調査概要

4.1 データ収集方法及び協力者

本研究の目的を達成するために日本の職場に勤務している3名のKBを対象とする。その理由について、稿者は2008年度からビジネス現場における日本語の使用について実証的データを収集し、分析考察を行っている。これまで20名のKBからインタビューデータと談話データを収集した。これらのデータのうち、本研究目的の解明に適しているデータを選ぶ必要があった。このため、以下に述べる「8つのコミュニケーション・ルール」に基づき、データを繰り返して観察しながら、同僚に対する食事勧誘行動がもっとも活発な3名のKBにしぼった。

本研究ではこの3名に対し「インターアクション・インタビュー」(ネウストプニー1994)(以下、インタビュー)を行う。このインタビューが持つ目的の一つに、調査者による参与観察の困難な場面において、参加者同士が用いる表現や行動を調べることにあり、これが本研究の課題解明に妥当だと判断した。ビジネス現場では個人や企業などの情報流出上の理由により、調査者による参与観察ができない場合が多々ある。このような現場にいた人々に対し、そこでの言語の使用や意識、行動などについて語ってもらい、これをデータとする方法である。

もう一つの目的は、調査協力者が置かれている実際の社会文化的文脈にかかわるデータを収集することにある。本研究ではこの文脈を体系的に捉えるのに適している「8つのコミュニケーション・ルール」(ネウストプニー1982)を援用する。すなわち、協力者が食事勧誘を「なぜ(点火)」「いつ、どこで(セッティング)」「誰に対して(参加者)」「どの言語、方言、スタイル(バラエティー)」を使い、「どのような話題(内容)」を「どんな形式(形)」で「どのような媒介(媒体)」を通して、「どのような操作をしつつ(操作)」行っているのかを調べる。

本研究では3名の協力者に対し、上述のインタビューを「語りやすい言語」(鄭2013:51)で行いつつ、協力者の語りをICレコーダに録音収集する。これを文字化した後、この文字化資料に対するフォローアップ・インタビュー(Follow-up Interview)(以下、FUI)も行った。最終的にこれらのデータを分析考察の対象とする。なお、3名の協力者の属性を<表1>に示す。

<表1> 協力者の属性

コード/性別/年齢	KB1/女性/30代中	KB2/女性/30代後	KB3/女性/30代中
日本語学習期間/日本滞在期間/日本語能力試験の受験歴	1年/3年/日本語能力試験1級取得	6年/10年/受験歴なし	6年/12年/日本語能力試験1級取得
所属社の業種/部署/職位/担当業務/勤務期間/調査時期	広告業/戦略企画部/部長/投資戦略企画/3年/2009. 3.	観光業/営業部/社員/旅行プラン樹立とホテル手配/3年/2009. 2.	教育業/学生課/非正規社員/留学生支援/2年/2009. 3.

* すべての内容は調査時期のものであり、「年齢」の「中」は半ばを、「後」は後半を意味する。

4) 調査協力者の日本滞在期間によって、韓国語よりもむしろ日本語で答えやすいという要望があった。これを考慮し調査時に韓国語のみならず日本語でも協力できるように、選択権を与えており、この過程を「語りやすい言語」とした。

4.2 分析方法及び理論的枠組み

上述のデータに対し、個人の社会文化的文脈を重視する「解釈的アプローチ」(箕浦1999:16-20;鄭2010:117-118等)による分析考察を試みる。以下に、このアプローチに関連している分析方法や理論的枠組みについて詳述する。

まず、上述の8つのコミュニケーション・ルールは調査協力者が実際の文脈の中で表現や行動をどのように工夫し用いているのかを理解するのに役立つ。このため8つのルールに基づき、データの中から職務関連行動と職務関連外行動に分類する。分類の具体的な手順について、a. 稿者単独でデータを繰り返して観察しながら、職務(仕事)別に分類する。その後、分類別に表題付けを行う。b. この過程に関する妥当性と信頼性を高めるために3名の日本語教育専門家⁵⁾と1名ずつ、計3回にわたって共同検討を行う。この共同検討の結果と録音データをFUI時に調査協力者に直接確認してもらう。

次に、「インターアクションの社会言語学」(ザトラウスキー1994;鄭2013b等)における4つの概念を使用し、調査協力者が実行しているインターアクション能力について分析を行う。4つの概念とは「ストラテジー」「メタメッセージ」「場面の手がかり」「フレーム」を指す。これらの概念は、実際の場面における参加者同士の「言語の運用や対人的側面を言語研究に含め、それを通してインターアクション(本研究では食事勧誘)上の表現や行動のありようを捉える」(鄭2013b:57)。その際、上述の4つの概念が重要な役割を担う。まず、ストラテジーはインターアクション上の目標(本研究では、食事勧誘)を達成する(行う)ために用いる手段や方法である。メタメッセージは言語や非言語による文脈上の意味であり、場面の手がかりはどのようなメタメッセージが込められているのかを示すものである。フレームは、メタメッセージや場面の手がかりの作用によって表れる協力者同士の文脈上の関係や期待(ザトラウスキー1994:42)を指す。調査協力者が勧誘行動を行うためには、インターアクション能力を工夫しつつ、上述の4つの概念を言語化すると推察される。

最後に、言語化される4つの概念に対し、「3タイプの会話上の交渉や役割交渉」(宮副ウォン2003、2005;鄭2008、2013b)に着目しデータ分析の考察を深める。宮副ウォン(2003)は4つの概念を3タイプの会話上の交渉過程に統合している。〈表2〉は稿者が先行研究(宮副ウォン2003、2005)を分析し、鄭(2008)で最初に掲載したものを、さらに鄭(2013b)において修正・発展させたものである。

5) 日本人2名と韓国人1名である。

<表2> 3タイプの会話上の交渉過程

「言語上の意味にかかわる会話上の交渉(CN-PM:conversational negotiation of propositional meaning)」= ことばの命題的・明示的・指示的などの意味を理解するための交渉
「インターアクションの意味にかかわる会話上の交渉(CN-IM:conversational negotiation of interactional meaning)」= 相互作用にかかわる語用上や文脈上の意味を理解するための交渉
「専門的知識にかかわる会話上の交渉(CN-EX:conversational negotiation of expertise)」 = ある事柄に関する専門的知識や情報、経験などを理解するための交渉

本研究は日本の職場でJBに対しKBが行う食事勧誘過程に関する研究である。両者はビジネス上の役割を担っており、KBはこの役割にくわえ多様な文脈(8つのコミュニケーション・ルール)も考慮しつつ、インターアクション能力を工夫し上述の4つの概念を言語化すると考えられる。例えば、KBにとって相手から勧められた料理の名称が聞き取れなかったとき、確認要求ストラテジーを言語化しその名称の意味を理解するための交渉(CN-PM)が必要であろう。または、部下のKBにとって上司のJBに勧められた料理を断るときもあろう。そのとき、相互にとって円満な上下(上司と部下)関係を考慮するため、メタメッセージを使い理解し合うための交渉(CN-IM)が有効であろう。あるいは、特定の料理にかかわる道具の使い方を教えるための交渉(CN-EX)も必要であろう。これらの3つの会話上の交渉を行う過程の中で、ビジネス上の役割が担っている力(power)関係が不均衡に変容することがあり、そのとき部下が上司より上位に立つ「部下(KB) > 上司(JB)」といった臨時的な会話上の役割が交渉され、これが対等な相互関係構築及び食事勧誘過程に影響を与えると考えられる。

5. 調査結果

収集したデータに対し、本研究の調査概要を用い観察を行った。その結果、KB1から、プレゼンテーション、会議、部下管理(ほめ方と叱り方)、職務進捗度把握などの職務関連行動にくわえ、食事勧誘といった職務関連外の行動も観察された。KB2からは接客と会議という職務関連行動だけでなく、食事勧誘と飲み会での行動という職務関連外にかかわるデータも確認された。KB3は会議と各種書類の作成や管理のみならず、この書類に関する

翻訳や通訳なども行っているほか、食事勧誘にかかわる行動もみられた。本研究では各自が行う食事勧誘過程に絞り、本研究の課題の解明を行う。なお、各協力者から収集した主なインタビューデータは、順に<表3><表4><表5>に示し、次節からのデータ引用は「斜体字」で表す。

<表3> KB1の食事勧誘にかかわるデータ(*下線は稿者の質問である。表4、5も同様。)

KB1	<p>誤解されたこともあったので、日本人同僚と私的な話をする時は気をつける方です。相手が韓国系だと昨日彼氏と何をした? と、個人的な話も違和感なくしながら、食事に誘ったりしますが、もうそんな話は日本人同僚にはしません。お互いの受け入れ方に違いがあると思います。<u>少し具体的をお願いします。</u>女性だと化粧品とか、食べ物は誰にも話しやすいですね。または、韓国のドラマや映画などに関する話もしながら誘ったりします。ただ、日本の芸能界の話の場合、芸能人の名前が分からないので、誘いの流れがつかめない場合もあります。日本人の名前を読んだり覚えたりするのは一番難しいですね。けど、人の名前を呼び間違えたとき、確認はしますが、勉強はしません。でも、やっぱり食事や飲み会などでは支払いが一番違うと思います。韓国は上司が払ったりしますが、ここでは厳密に割り勘をします。いろいろありましたが、ご飯を誘うとき、個人的には韓国式に行動します。仕事のため親しくなりたい気持ちもありますし、ひとりでご飯食べるのがいやで、一緒に食べたかったので私から声をかけます。ご飯の時間よ、ご飯の時間よって笑いながら叫んだせいか、今は言わなくても相手も一緒に笑いながら食べに行ってくれる同僚ができました。<u>誘い方に違いを感じます? 違いというか、個人的なことが強い</u>と思います。本人がしたいことをする、したくないことはしないという気持ちが強いんじゃないかと思います。それと経済的な負担とか、お金を使うことも韓国系と日本人は違うと思います。ここから韓国系をみると身分に釣り合わない生活をしている韓国系がいるんだなど改めて感じたことがあります。逆に、ここで日本の人々をみて感じたのは、自分の都合に合った生活をしているなど思いました。例えば、500円を超えないで食事をするという行動をよくみます。それで、今はたまにこの人は行きたがらないとか、少し分かるようになりました。</p>
-----	---

<表4> KB2の食事勧誘にかかわるデータ

KB2	<p>食事はするけど、ほとんどひとりです。業務によっては電話がなりっぱなしの場合もあるので、12時になっても食事ができない人もいますし、忙しい時期もばらばらなのでひとりで食べる時がほとんどです。でもできるだけ一緒に食事しようとします。<u>自ら誘ったりしますか。</u>はい、その時、芸能人の話をよくしますが、日本に来た時は、日本の芸能人について知らなかったし、話し合っても何の話かわからなかったです。興味のある番組が違うので話題のずれが生じたり、時代的な話になると分からなかったですね。<u>その時どうしました?</u>同等に会話するのは難しかったし、ストレスになったこともあったが、それは仕方がないと思いました。でも、新聞やテレビをみて憶えておいて、それを話したこともあります。芸能人の話のように、なにげない話をしながら食事に誘い合</p>
-----	--

ったり、仲良くなったりするので必要だと思います。だが、時間が経つと誘ってもなかなか受け入れてもらえないというか、日本人は仕事を第1に考えているようです。韓国人は金剛山も食後景*と言うほどじゃないですか、相手に挨拶でご飯食べた?といいながら食事に誘うことも日常茶飯事だし、本当に大事にしているのに、ここはご飯をたべない人もいるし、お弁当を持参する人も多いので、ちょっと違うと感じます。これがすごくストレスになっているし、日本の会社に勤務している私の韓国人の知り合いからも、ご飯と一緒に食べてくれなかったり、飲みに行ってくれなかったりするなどがストレスだということをよくききます。私は今、食事しながら話し合うことについては諦めています。韓国人とは人間距離というものが違うと思います。近づきすぎると嫌がれるのではないかと思います。韓国人とは違う距離をおく必要がありますね。

*「金剛山(クングンサン)も食後景」とは、韓国語の諺で、金剛山という山も腹ごしらえをしてこそ、その美しさを十分味わうことができるという意味である。KB2は、この意味を参考に、腹ごしらえをしてこそ、仕事が進むという意味に使用している(FUI)。

<表5> KB3の食事勧誘にかかわるデータ

KB3	<p>私は学生課に勤務している。最初は課長から食べに行こうって声をかけてもらったことが多かったが、他の日本人社員からの誘いは殆どなかった。自ら誘ったことはあるか。誘ったこともあるが、皆忙しそうでもやっぱり、私のことを期待しているだろうと思ったし、仕事も他の社員たちと関連しているため、このままではまずいと思った。それで私の方から誘うことにした。先月にも食べに行っただけ、その時、食べたいものについて、4名の日本人同僚や上司と一緒に決めるわけだが、私は正直韓国のレストランに行きたい気持ちが強かったですね。だけど、同僚や上司が好きかどうかはわからないので、聞いてみる場合が多い。その時、どのように言いますか。どこがいいですか?とか、今日はどんな気分ですか?とか、スパゲティ?それとも中華?韓国?とか、行きたいんだけど昨日も韓国のレストランに行ったから、今日は別のところにした方がいいですよ、と言ったりする。やはり自分が好きなものばかり勧めるわけにはいかないの、相手の考えや気持ちについてもっと聞く。すると、相手も「私もよくわからない。KB3さんはどう?」とさらに質問調で聞いてくる。このようなやり取りが進む中で、店が決まるような感じ。これが韓国とちょっと違うかなと思うけど。お互いに様子を見て決定する場合もある。この前もあったが、私が今日は調子がよくないけれど、と言うと韓国のレストランに行ってくれるし、逆に今日は風邪に引いているので、辛いものはちょっとと言われると私はそれを理解した後、意識的に韓国料理は勧めないで日本の店に行ったりする。今言ったような過程を経ると事務室で言えなかったことも話しやすくなると思う。実際に先ほど言った料理教室とか、私的な場を作るといった内容を食事しながらまた言ってみたら、私的な場を作ることについて再び話ができる機会をもらったことがある。結果的には、まだ決定されていないが、でもやっぱり食事しながらもう一度言ってみるのもいいと思う。</p>
-----	---

6. KBIにみられる食事勧誘時の会話上の交渉や役割交渉

6.1 社会文化的文脈の理解

KBIは韓国で広告業を営んでいるA社に属し、投資戦略樹立を担当している。KBIが行う投資戦略樹立とは、日本に投資を考えている韓国内にあるB社の韓国人投資者に対し、その投資にかかわるアイテムと資金の使い方などを計画し報告することである。同時に、KBIはこの計画を投資を受ける側(日本の会社、以下、J社)にも日本語で報告し理解を得なければならない。このため約1年間J社に勤務しJ社のJBたちと行動をともにする。このように3社が関わり合っており、KBIはB社とJ社が円満なビジネスパートナーになるよう橋渡しの役をしているといえる。同時に上述の投資件が終わるまで、B社とJ社に雇われている立場である。つまり、KBIのビジネス上の役割(部長)はA社におけるものだが、この役割のままJ社で活動している。KBIにとって、円滑な投資戦略の樹立と報告のためにはJ社に勤務しているJBと円満な関係を構築し維持しなければならない。KBIはこれを図る一環として、JBを食事に誘ったりするという行動をとっている。以下の分析では、その過程におけるインターアクション能力について探る。

6.2 分析

KBIはJ社に来てからしばらくの間、J社に勤務しているJBに対し、「私的な話をしつつ食事に誘ったことがある。だがその際、「誤解されたこともあった」と述べているように、食事の誘いが適切にできなかったこともある。この要因を探るのにKBIが持っていた意識が有効であった。KBIは投資戦略の円滑な樹立や報告のために、J社のJBと「親しくなりたい」という「気持ち」があったのと、「一人でご飯食べるのがいや」であるという意識を合わせ持っていた。これらの意識が働き、J社のJBに対し「昨日彼氏と何をした?」といった私的な事柄を「違和感なく」言語化しつつ、食事に誘ったこと(FUI)が挙げられる。このような私的な話題をJ社のJBに用いたことがあり、その結果「誤解された」と解釈することができる。つまり、KBIが選択した話題がJ社のJBとの食事勧誘時の話題として相応しくなかったものに作用し、これが誤解の要因であると捉えられる。この後、KBIが「お互いの受け入れ方に違いがある」「個人的なこと」「経済的な負担(500円内の食事)」などと発話した

のは上述の誤解の経験がKB1にとって、J社のJBに対し、自分自身の誘い方を改めて考えるきっかけに作用したことを示している(FUI)。この契機により、KB1は勧誘ストラテジーについて繰り返して工夫しており、次のように実行している。

まず、「誰にも話しやすい」話題を選んでいることであり、これには昼食を誘うのに無難な「食べ物に関する話題にくわえ、「韓国」のドラマや映画などに関する内容まで多岐にわたっている。次に、特に「女性」のJBに対し、「化粧品」の話題も言語化している。

これらの発話のように、J社のJBの個別性を考慮した多様な話題をメディアから得て言語化し展開するストラテジーを使用し同僚を食事に誘っているのである。たが、その際「日本の芸能界に関する話題に発展したり、相手から日本の「芸能人の名前」が表れると、その名前が「分からず」、「誘いの流れ」が「つかめない」ときもあるように、勧誘行動が円滑にできないときもある。これと関連して、KB1が「いろいろありました」と述べたのはJBに対し、自分自身の使用している上述の話題展開ストラテジーが適切に進む場合もあれば、困難を感じるときもあるという意味である(FUI)。KB1にとって、これらの場合が繰り返される中で、同僚のうち「今この人は行きたがらない(食事に同行する気がない・FUI)」でいる、という特定のJBの行動が「少し分かるようになった。のみならず、他のJBに対してはあえて「韓国式」の勧誘行動に変え、「笑い」とともに「ご飯の時間よ」と繰り返してコミカル(FUI)に「叫ぶと、これに相手も「笑いながら」応じるというインターアクションも観察された。この相互行為は、KB1がJBに対し、「韓国式」という「自分のスタイル」による勧誘行動が実行できる文脈もつかめられるようになったことを示している。

以上のデータ分析から、KB1はJ社のJBに対し、食事勧誘時に相応しい話題選択の不備による誤解と、日本の社会文化的知識(芸能人の名前や話題)の不足によって、勧誘が困難であることが浮き彫りになった。だが、これはKB1にとって話題選択について考え直すきっかけに働き、無難な話題(食べ物、芸能界、化粧品等)をメディア(ドラマや映画)から得、言語化するストラテジーを使用していることが明らかになった。その際、同僚の個別性を考慮しているだけでなく、「笑い」も用いコミカルに誘っていた。同時に「自分のスタイル」による勧誘行動が実行できる文脈もつかめられるようになり、これにJBも応じていることが観察された。

6.3 考察

上述のデータ分析から、KB1はJ社のJBに対し、多様な話題を言語化するストラテジー

を使用していることが明らかになった。以下ではその使用過程に対し、本研究の理論的枠組みにを使い、会話上の交渉や役割交渉についてデータ分析の考察を深める。

KB1は韓国人投資者の投資計画をJ社のJBに説明し理解を得なければならない。これを円滑に行うための一環として、JBを食事に誘ったが、その際話題選択の不備による誤解を経験している。だがこの経験がKB1にとって、食事勧誘時に相応しい話題を工夫する契機に作用した。これにより、ドラマや映画などのメディアをリソースとして使い、多彩な話題(食べ物、化粧品、芸能界等)を収集し言語化していた。このことから、KB1はメディア・リテラシーを通して自分自身のインターアクション能力をより高めていたといえよう。

KB1はこの能力を食事勧誘にかかわる文脈—投資計画の樹立と報告をめぐる「被雇用側・説明者(KB1)」と「雇用側・被説明者(J社のJB)」の円滑な関係構築及び維持、食事勧誘を行う場所、使用言語(日本語)等—を考慮し上述のストラテジーを使い、相手を食事に誘っていた。このことから、上述の話題にかかわる明示的な意味を理解するための会話上の交渉(CN-PM)にくわえ、芸能界と化粧品等の情報や知識を伝え合い理解するための交渉(CN-EX)も行っていたと捉えられる。

さらに、同僚の個別性に配慮しつつ「笑い」とともに「ご飯の時間よ」と繰り返してコミカルに「*ムン*」でおり、これにJBが応じていた。この過程について、KB1は多様な韻律的要素—「笑い」「*ムン*」「顔の表情」(等)—を繰り返して使い、相手との食事を「強い希望」のメタメッセージとして伝え(FU)、これに相手も「笑いながら」応じていた。このことから、相互は上述の韻律的要素を場面の手がかりに、このメタメッセージの意味を理解するための交渉(CN-IM)も絡めており、その際KB1とJBの間に「私的で親しい関係のフレーム」が形成されたと解釈することができよう。同時に、ビジネス上の役割—「A社の部長・被雇用側・説明者(KB1)」と「雇用側・被説明者(J社のJB)」—にくわえ、昼食の「勧誘者(KB1)」と「被勧誘者(JB)」という暫定的な会話上の役割が交渉・構築され、これが勧誘過程に正の影響を与えたと考えられる。

7. KB2にみられる食事勧誘時の会話上の交渉や役割交渉

7.1 社会文化的文脈の理解

KB2は観光業の会社に正社員として勤務している。KB2の担当業務は日本国内に限ら

ず、海外(特に、韓国)の旅行計画の樹立とホテル手配などであり、これらの業務を日本語と韓国語だけでなく、場合によっては英語でも遂行している。昼食の時間は12時から13時までだが、食事ができないほど業務処理に追われることもある。このため、食事を「一人で済ませる場合もあるものの、可能な限り同僚とともに「食事しよう」と心掛けている。だが、その際食事の勧誘行動が適切に進まず、「ストレス」になっているという。以下に、その要因と軽減にかかわるインターアクション能力について分析を行う。

7.2 分析

KB2が感じる「ストレス」の要因を入社したばかりの時のものと、ある程度時間が経った時のもの(1つずつ)に区分することができる。第1に「日本に来た時」、つまり入社してからしばらくの間に、同僚を食事に誘う時「話題のずれが生じた場合である。KB2は同僚と「仲良くなるのに「食事を誘い合ったり」する行動が必要であり、その時「芸能人にかかわる話題が無難だと意識している。だが、誘う過程の中でKB2にとってこの話題が知らない芸能人の「名前」や「時代的な内容」に発展すると、「わからなくなる」ときがあり⁶⁾、その時ストレスを感じ誘いが困難となることがある。

第2に入社してから「時間が経つ」につれ、KB2は同僚との間に仕事と食事の重要度に関する多様な認識が内在していることを感じており、これが各自の行動に表れたときに挙げられる。KB2は同僚に食事を誘っても、「なかなか受け入れてもらえない」でおり、そこには「忙しい時期」が各自「ばらばら」であるという業務上の理由がある。これにくわえ、KB2にとって食事を何よりも重視しているのに対し、同僚は「仕事を第1に考えているよう」だという食事と仕事の優先順位に異なる認識も作用しているようである。KB2の認識について、「金剛山も食後景」という韓国語の諺と、「ご飯食べた？」と言語化し挨拶しつつ食事に誘うというデータから読み取れる。一方、同僚側の認識は「ご飯をたべない」ときと「お弁当を持参する」とき、というデータから見て取れる。KB2は同僚のJBとの間に、このような相異認識を強く「感じ」ており、これが持続されるとともに「すぐくストレス」がたまっている。つまり、KB2にとって同僚を食事に誘う際に知らない芸能人の名前や時代的な話題

6) 「時代的な内容」は、時代劇などを意味するのではなく、芸能界と関連し、近い過去に一時的に流行したり、話題になった出来事を指す(FUI)。たとえば、2007年にTBSテレビから放送された「華麗なる一族」(木村拓哉主演)が挙げられる。KB2にとって、このようなドラマにかかわる内容は来日(社)する前のものであるため、理解しがたい場合がある。

が表れたとき、仕事と食事の優先順位の相異認識にかかわる社会文化的な知識や行動の多様性がストレスを引き起こし、これが誘いの過程に負の影響を与えているのである。

だが、KB2からこの多様性に関する共有化を図るための行動も一部観察されている。特に、上述の第1の要因―芸能人の名前や時代的な話題のずれ―を調整するために、「新聞やテレビ」から関連情報を収集し、これらを食事に向う過程のなかで出しているということが挙げられる。KB2はこのような行動を繰り返して実行することによって、同僚と「仲良くなっ」ており、同時にストレスも軽減されているといえよう。

一方、第2の要因―仕事と食事の優先順位の相異認識―によるストレスを軽減するための表現や行動はあまり観察されなかった。これについて、「なかなか受け入れてもらえなかった」という発話に対するFUIの結果、KB2がこの相異認識に対する共有化を図るための行動を試みたことがあるものの円滑に進まず、この状況が長期化したことがわかった。その間に、KB2は同僚とともに「食事しつつ話し合う」行動は「諦める」に至っており、このことからKB2にとって上述の相異認識の問題は深刻だったと推察される。だが、KB2はお互いに「人間距離というものが違う」ため、これに考慮し行動する「必要」があると述べ、上述の相異認識に対し、一定の理解を示している。

上述のデータ分析により、KB2は入社してから時間が経つにつれ、同僚を食事に向う際に、日本の社会文化的な知識や行動の多様性-a.芸能界にかかわる芸能人の名前や諸話題、b.仕事と食事の重要度に関する相異認識―による困難を感じていることが浮き彫りになった。入社時のaに対し、KB2はメディアから情報を収集し言語化するストラテジーを使用することによって克服に至った。しかし、勤務期間が長くなるとともに、bによる「ストレス」が増幅する中、これの軽減にかかわる行動が一部あったものの適切に進まなかった。この長期化の際、最終的に相手と「違う距離」をおくのにとどめていたことが観察された。

7.3 考察

以下では本研究の理論的枠組みを使い、上述のaとbに関する考察を行う。具体的には、第1にaをめぐるストラテジーの使用過程と、第2にbのストレスの軽減方法についてデータ分析の考察を深めたい。

第1について、KB2は職場の同僚と昼食をめぐる文脈「8つのコミュニケーション・ルール」

を次のように意識している。「入社時(セッティング)」に「同僚(参加者)」と「仲良くなるために(点火)」芸能人に関する話題(内容)を言語化し、「食事に誘い合ったりする行動が「必要」と意識している。これらの文脈を考慮しているものの、KB2にとって分からない「芸能人の名前」や「時代的」な内容に発展すると、適切な誘いができず「ストレス」を感じ、誘いが困難に至った。KB2はこれを自ら克服するために、日本のメディア(新聞とテレビ)から芸能人と時代にかかわる諸情報を収集し、誘う過程の中で話題として口に出すといったストラテジーを使用していた。その際、KB2は話題の明示的な意味を理解するための交渉(CN-PM)だけでなく、芸能界と時代に関する専門的知識や情報を伝え合うための調整(CN-EX)も絡めていたといえよう。KB2はこれらの交渉中に、同僚と「仲良くなつており、このことは上述の諸話題をめぐって「相互理解のフレーム」形成と同時に、円滑な食事勧誘の遂行を示している」と捉えられよう。

第2について、「勤務期間がのびる(セッティング)」ほど、KB2にとって同僚との間に、食事をめぐる相異認識による「ストレス」が強くなり、その結果同僚と食事しつつ話し合うことを「諦めていた。この要因に、KB2と同僚にとって各自の食事勧誘にかかわる社会文化的知識(相異認識)が内在されており、これが互に尊重しつつ共有されなかったからであろう。繰り返しになるが、KB2にとって食事は「金剛山も食後景」という韓国語の諺で比喻できるだけでなく、「挨拶でご飯食べた？」と発話しつつ相手を「食事に誘うことが日常茶飯事」であるほど大事である。一方、同僚にとって食事は場合によってはしなかったり、「お弁当で済ませたりする。つまり、これらの社会文化的な知識や行動に絞り、相互が伝え合いつつ理解するための交渉(CN-EX)が必要であろう。KB2はこの交渉を意識的に行い、相互理解を深めればストレスが軽減される可能性があると考えられる。

8. KB3にみられる食事勧誘時の会話上の交渉や役割交渉

8.1 社会文化的文脈の理解

KB3は東京都で教育業を営んでいる某日本語学校に携わっている。この学校は本校と4つの分校から成っており、KB3は特定の分校の「学生課」で非正規社員として勤務している。担当業務は韓国人学生に対し、各種書類(ビザの更新や変更等)の作成と管理から、こ

の書類にかかわる翻訳や通訳、学生に対するオリエンテーションでの説明、学生と日本人先生の円満な関係構築や維持のための「橋渡し」の役割まで多岐にわたっている。特にKB3は自分が「橋渡し」の役割をどのように果たすかということについて強い興味を持っている。このため、学生と先生が「ともに料理を作る」「私的な話し合いができる場を設ける」といった多様な提案を会議という公的な場で積極的に行っているが、「なかなか受け入れてもらえない」でいる。しかし、これに諦めず、食事会といった私的な場においても提案を続けたいと思っている。このような背景のもと、次節ではKB3がともに「学生課」に勤めている同僚や上司に対し、日本語でどのように昼食を誘っているのか、その過程におけるインターアクション能力の一端を探る。

8.2 分析

KB3が行う食事勧誘の仕方は入社してから時間が経つにつれ変化している。KB3は「最初は「課長から」食事を誘う「声」が「多かった」反面、「他の日本人社員からの誘いは殆どなかった」と述べている。これらのデータから、入社してから当分の間、上司の誘いによる受動的な食事参加があったのと、同僚との誘い合いはあまりなかったことがわかる。このような相互関係が構築される中で、KB3が「誘ったこと」もあるが、「皆忙しそうで」と言い指しで発話したように、適切に進んでいないことが読み取れる。だが、これらの発話に関するFUIで「一緒に食べたかったけど」と付け加えたことから、同僚との食事を願っている。

KB3はこの願いを自ら行動に移すが、その決定に影響を与えている要因も観察されている。つまり、「私のことを期待しているだろうし」と述べているように、KB3が持っている担当業務の遂行能力に対する同僚や上司からの評価が挙げられる。さらに、KB3の担当業務中には、他の同僚と「関連している」ものもあることから、同僚との協働職務遂行の考慮が挙げられる。KB3が「このままではまずい」と発したのはKB3にとって、食事の時「評価」と「同僚との業務連携」について話しやすいのだが(FUI)、この環境がなかなか作れなかった状態が長引いたことによる。このため、KB3は自ら「誘うことにし」ており、その際メニュー選定をめぐる、「同僚や上司とやり取りを行いつつともに決める場合」(以下、やり取り式勧誘と称する)と「相互の立場を推し量りつつ決める場合」(以下、推し量り式勧誘と称する)が観察されている。

まず、「やり取り式勧誘」と関連して、KB3は「学生課」でともに勤めている「4名の同僚や

上司とメニューについて話し合っている。その際、KB3にとって自分は「韓国のレストラン」を「強く」希望しているが、韓国料理が同僚や上司の口に合うかどうかを気にしている。このため、職場を出て歩きつつ「今日はどんな気分ですか」「どこかいいですか」「スパゲティ？それとも中華？韓国？」などと多様な表現で相手の要望を探る確認ストラテジーを使用しているのがわかる。これだけではなく、KB3は「昨日も韓国のレストランに行ったから、今日は別のところにした方がいいですよ」と述べているように、二日連続で韓国料理屋に行きたい気持ちと、こうなった場合の申し訳なさが交じり合っている(FUI)。このように、KB3が多様な確認ストラテジーを実行しつつ「相手の考えや気持ち」を探ると、同僚からも「私もよくわからない。KB3さんはどう？」と、さらに「質問調で聞いてくる」といったダイナミックな「会話上の交渉」が行われており、この過程の中で「店(レストラン)が決ま」っているのである。

次に、「押し量り式勧誘」はKB3と同僚や上司が互いに体の「調子」を考慮しつつ、料理を勧めることである。実例として、KB3が自身の体調が優れないことを告げると、同僚や上司は「韓国のレストラン」に同行してくれる。一方、KB3は同僚や上司から「風邪を引いている」と言われると、「意識的に」辛いものを避け「韓国料理」は勧めず、日本料理を勧めている。つまり、KB3と同僚や上司は、「体調不良」にかかわる表現や非言語行動(顔の表情や体の具合、身振り・手ぶり等)を通して、相互が好む料理を勧め合う行動をとっているのがある。

上述の「やり取り式」と「押し量り式」による勧誘の仕方は単なるメニュー選定のためだけではない。同僚同士が互いの体調を案じつつ食事を誘うのは私的な関係をより蜜にするのにくわえ、業務連携にも肯定的な影響を与えるに違いない。さらに、KB3にとって、2つの式の「過程を経る」ことによって、「事務室で」発言できなかった内容もより「話しやすくなっている。これについて、前節の「8. 1 社会文化的文脈の理解」において、「料理教室」や「(学生と先生が)私的な話」ができる場を設ける提案を、上述の勧誘過程を経た昼食の際再び言い出すことであり、その結果「会議」という公的な場で「もう一度」説明ができる「機会」を得ている。このように、KB3は食事の勧誘開始から食事を済ませるまでの過程を自分自身の業務処理に積極的に利用していることもある。

以上のデータ分析から、KB3は入社した時上司(課長)の誘いによる食事参加はあったものの、同僚と誘い合う行動はあまりなかった。このことの長期化はKB3にとって自身の業務遂行能力に対する同僚や上司の評価と業務連携に負の影響を与えかねない深刻なものとして認識していることが浮き彫りになった。このためKB3は自ら誘うことにしており、そ

の際相手の好みの料理と体調を探る多様な確認ストラテジーを言語化しつつ、やり取り式勧誘と押し量り式勧誘を行っていることが観察された。この二式の勧誘過程は同僚同士の私的な関係をより強化するだけでなく、公的な話題を再度言及するときにおいても貢献していることがわかった。

8.3 考察

本節では確認ストラテジーを使用しつつ行う「やり取り式勧誘」と「押し量り式勧誘」の過程に焦点をあて、本研究の理論的枠組みを使い会話上の交渉や役割交渉について、データ分析の考察を行う。

KB3の確認ストラテジーの生成過程を振り返ると、入社してから最初は上司「課長」のみからの誘いによる食事が多かった。反面、直接的な業務連携の多い同僚「社員」との誘い合いは「ほとんど」なかった。KB3はこのような自身と上司や同僚の関係が業務をめぐる「評価」と「連携」に負に作用する可能性があり、これに対し「まずい」と発話したように強い危機意識を持つことに至った。確認ストラテジーは、この意識の軽減のために生まれたものである。このストラテジーによるやり取り式勧誘は「食堂(セッティング)」-「どこかいいですか」と、「相手の好み模索(内容)」-「今日はどんな気分ですか」が考慮されたことから、これらの明示的意味を伝え合い理解するための交渉(CN-PM)は不可欠である。これにくわえ、その模索はこの「CN-PM」によるだけでなく、顔の表情などを手がかりにする文脈上の意味の読み取り(CN-IM)も必要だったのであろう。さらに、「スパゲティ? 中華? 韓国?」という特定の料理も言及していることから、これらにかかわる専門的知識や行動(麺類、米類、味、道具の使い方等)を理解するための交渉(CN-EX)も自然に絡めていたといえよう。その際同僚から「私もよくわからない。KB3さんはどう?」と、更なる確認も表れた。その後、「店(レストラン)が決ま」ったのは、上述の3タイプの会話上の交渉が行われる中で、「料理や店をめぐる同意のフレーム」が形成されたことを示しており、同時に「勧誘者(KB3)」と「披勧誘者(同僚)」という暫定的な会話上の役割が交渉され、これが影響を与えたと考えられる。

KB3は勤務時間が長くなるとともに上述のやり取り式にくわえ、押し量り式による勧誘も行っていた。特徴的なのはKB3と同僚や上司が互いの「体調(内容)」を考慮していることである。相互は相手の体の具合にかかわるもの「風邪」「言語的及び非言語的要素(顔の表情や身振り・手ぶり等)」を手がかりに、韓国料理と日本料理を勧め合っていた。この過程

から、体調にかかわる表現の命題的意味にくわえ、上述の手がかりによる文脈上の意味も伝え合い理解するための交渉(CN-PM、CN-IM)が伴われたといえよう。この過程の中で、体調の察しによる「対等で私的な同僚関係のフレーム」が形成されると同時に、相互は「勧誘者」と「披勧誘者」という暫定的な会話上の役割を交代に交渉したと捉えられる。

9. まとめと今後の課題

本研究では日本の職場に勤務している3名のKBにみられる食事勧誘過程に焦点をあて、各自が自ら工夫し実行しているインターアクション能力とこれによる会話上の交渉や役割交渉について分析考察を行った。以下では第1に各協力者に対する結果をまとめる。第2にこの結果に基づき日本語教育学と社会言語学にかかわる提案を述べた後、第3に今後の課題を示す。

第1について、KB1から芸能界と化粧品にかかわる社会文化的知識や情報をメディアから得ており、これらは食事勧誘時における「言語上の意味」と「専門的知識」にかかわる会話上の交渉(CN-PM、CN-EX)を円滑にするのに役立っていた。また、KB1は多様な韻律的要素を用い同僚との食事を「強い希望」のメタメッセージとして伝えており、同僚もこのメタメッセージの意味を理解したことから、「インターアクションの意味」にかかわる交渉(CN-IM)も絡めていた。その際、KB1と同僚の間に「私的で親しい同僚関係のフレーム」形成と同時に、「勧誘者(KB1)」と「披勧誘者(同僚)」の会話上の役割が交渉され、これが食事の勧誘過程に影響を与えていたことが観察された。

KB2においては、まず日本の芸能界にかかわる社会文化的知識や情報(芸能人の名前や時代的な内容)をメディアから得ており、これらを言語化するストラテジーを使用しつつ「言語上の意味」と「専門的知識」にかかわる交渉(CN-PM、CN-EX)を行っていた。その際、「相互理解のフレーム」形成と同時に円滑な食事勧誘の遂行がみられた。だが、勤務期間が経つにつれKB2にとって同僚との間に、仕事と食事の重要度に関する多様性—優先順位の相異認識—による強いストレスとこれによる勧誘行動の困難が浮き彫りになった。このストレスの軽減方法に関して、KB2は同僚と食事にかかわる上述の多様性に絞り、理解し合うための交渉(CN-EX)を行い円滑に進めば軽減する可能性が示唆された。

KB3では、まず入社してから同僚(社員)と食事を誘い合う行動は希薄であり、このこと

の持続はKB3自身にとって「職務遂行能力に対する同僚や上司からの評価」と「同僚との業務連携」に負に作用した。次に、このためKB3は相手にとって好みの料理や食堂を探る確認ストラテジーを使用しつつ「やり取り式勧誘」と「押し量り式勧誘」を行っていることが明らかになった。それぞれの過程に対し、「やり取り式勧誘」において3タイプの会話上の交渉がすべて観察されており、その際「料理や店をめぐる同意のフレーム」形成と同時に「勧誘者(KB3)」と「披勧誘者(同僚)」という臨時的な会話上の役割が構築された。さらに、「押し量り式勧誘」においては体調にかかわる表現や非言語的要素が観察されており、これらによる言語上の意味と文脈上の意味にかかわる交渉(CN-PM、CN-IM)がみられた。その際、「対等で私的な同僚関係のフレーム」形成と「勧誘者」と「披勧誘者」の暫定的な役割を交代に交渉したことが観察された。

第2に上述の結果は日本語教育学と社会言語学において応用できると考える。日本語教育学の観点から、日本にかぎらず韓国においてもビジネス場面における日本語の使用を教室活動に取り入れようとする動きがある。つまり、「ビジネス日本語」と称する学科と、市販されている教材を目にするのは難しくない。だが、その内容が実証的データに基づいているかどうかは不明である。このような動きに対し、本研究の結果から教室活動に応用できると思われる三つについて述べたい。a. ビジネス場面において、職務関連行動(会議、営業等)のみならず、職務関連外行動(食事会や飲み会等)についても討論を行いつつ学習者のニーズを探る。b. 特に、食事勧誘行動においてはその重要性—「同僚同士の私的な関係の構築や維持に貢献」「業務連携への影響」「やり取り式勧誘と押し量り式勧誘」(等)—に関する討論に発展させる。c. メディアをリソースにし「確認ストラテジー」に工夫すること、さらにこれによる「3タイプの会話上の交渉や役割交渉」を、食事勧誘行動の遂行手段として位置づけ、各交渉の過程に関する討論を行う。bやcを行う際、本研究におけるデータと分析考察の内容を提示すれば学習者にとって、ビジネス場面の中で相手との対等な関係構築を図りつつ、様々な勧誘行動にかかわる日本語の自律的な使用に刺激が与えられると考えられる。

一方、社会言語学においては研究方法の観点から、「インターアクション・インタビュー」の使用を提案したい。前述したように、このインタビューの目的は個人や企業にかかわる情報流出上の理由により、調査者の参与観察の許可が得にくい場面の中における実際の参加者同士のことばの使用や行動などを調査収集することである。職場にくわえ、観光と医療などの場面における参加者同士の日本語の使用や行動も収集することができるだけでなく、フレーム変化や力関係の変容時における表現や行動も捉えられるため社会言語学の発

展に寄与すると考えられる。

最後に第3に、本研究では3名のKBを対象にしているため、日本の職場でKBが行っている食事勧誘行動を網羅しているとはいえない。ビジネスの現場と関係者は多種かつ多様であるため、今後調査協力者を増やし質的データを収集する予定である。その後、分析考察を継続しながら、さらに本研究を深めていく予定である。

【参考文献】

- 大崎正瑠(2006)「日韓異文化コミュニケーションの一研究-在韩国日系企業のアンケート調査より」『東京経済大学コミュニケーション学会』No24、pp.215-228
- 近藤彩(2007)『日本人と外国人のビジネス・コミュニケーションに関する実証研究』ひつじ書房
- ザトラウスキー・ポリー(1994)「インターアクションの社会言語学」『日本語学』13、10、pp.40-51
- 島田めぐみ、澁川晶(1998)「外国人ビジネス関係者の日本語使用-実態と企業からの要望-」『世界の日本語教育』8号、pp.121-140
- _____ (2000)「アジア 5 都市の日系企業におけるビジネス日本語のニーズ」『日本語教育』103号、pp.109-118
- 清ルミ(1997)「外国人社員と日本人社員-日本語によるコミュニケーションを阻むもの」『異文化コミュニケーション』第10号、pp.57-73
- 鄭圭弼(2008)「日韓ビジネス上の打ち合わせ場面における会話参加者間の役割交渉」2008年度日本語教育学会秋大会-口頭発表(山形大学、2008.10.12)【予稿集】 pp.152-157
- _____ (2010)「異文化間職務遂行におけるインターアクション-韓国系ビジネス関係者を対象としたインタビューから-」『日本語教育』第51輯、韓国日本語教育学会、pp.113-126
- 鄭圭弼、横須賀柳子、張璐(2013a)「接触場面での日本語のインターアクション行動-学内と学外に着目して-」2013年度日本語教育学会春季大会-パネルセッション④(立教大学、2013.5.25)【予稿集】 pp.57-68
- 鄭圭弼(2013b)「韓日ビジネス場面における日本語のインターアクション行動-実質行動の遂行過程に関する実証的研究-」Gworld
- ネウストプニー.J.V.(1982)『外国人とのコミュニケーション』岩波書店
- _____ (1994)「日本研究の方法論-データ収集の段階」『待兼山論叢』、pp.1-24
- _____ (2002)「インターアクションと日本語教育-今何が求められているか-」『日本語教育』112
- 宮副ウオン裕子(2003)「多言語職場の同僚たちは何を伝え合ったか-仕事関連外話題における会話上の交渉-」宮崎里司・ヘレン・マリOTT(編)『接触場面と日本語教育：ネウストプニーのインパクト』明治書院、pp.165-184
- _____ (2005)「多言語職場の会話上の役割交渉」日本語教育学会春季大会(横浜国立大学、2005.5.22)-研究発表【予稿集】 pp.195-200
- 村岡英裕(2003)「社会文化能力はどのように習得されるか-社会文化規範の管理プロセスからシラバスの構築へ-」国立国語研究所(編)『「日本語総合シラバスの構築と教材開発指針の作成」論文集第3巻日本語教育の社会文化能力』、pp.458-495
- 箕浦康子(編著)(1999)『フィールドワークの技法と実際マイクロ・エスノグラフィー入門』ミネルヴァ書房

- Gumperz, J, 1982, Discourse strategies, Cambridge : Cambridge University Press
- Gumperz, J, 1992, Interviewing in intercultural situations. In P. Drew and J. Heritage(eds.) Talk at Work, Cambridge. Cambridge University Press, 302-327
- Hymes, D.(1972)"On communicative competence". In Pride, J. B. and Holmes, J.(eds.)Sociolinguistics.Penguin Books
- Tannen, D. 1992. Interactional sociolinguistics International encyclopedia of linguistics : 3.9-12. Oxford : Oxford University Press

논문투고일 : 2014년 09월 10일
심사개시일 : 2014년 09월 20일
1차 수정일 : 2014년 10월 08일
2차 수정일 : 2014년 10월 14일
게재확정일 : 2014년 10월 19일

 <要旨>

職場の食事勧誘過程における会話上の役割交渉

- 3名の調査協力者を対象とした質的分析より -

本研究の目的は、日本の職場で働く3名の韓国人ビジネス関係者(以下、KB1、KB2、KB3)が行う昼食の勧誘過程に焦点をあて、各自が用いる日本語の「インターアクション能力」と、これによる「会話上の交渉や役割交渉」の一端を解明することである。各自に対し、インターアクション・インタビューを行い文字化した後、解釈的アプローチによる分析考察を行った。その結果、KB1は、メディアから芸能界、化粧品に関わる社会文化的知識や情報を蓄積しており、これらは同僚との勧誘時の「言語上の意味」「インターアクションの意味」「専門的知識」に関わる会話上の交渉(「CN-PM」「CN-IM」「CN-EX」)を円滑にしていた。その過程の中で、食事に対し「希望」のメタメッセージを伝え合いつつ「私的で親しい関係のフレーム」が形成された。同時に、「勧誘者(KB1)」と「被勧誘者(同僚)」という暫定的な会話上の役割が交渉され、これが勧誘過程に正の影響を与えていた。次に、KB2にとって、同僚との間に、仕事と食事の優先順位に関する相異認識によるストレスと、これによる勧誘行動の困難がみられた。このストレスの軽減について、相互は上述の相違認識に絞り、理解し合うための交渉(CN-EX)を行い、円滑に進めれば軽減の可能性がある。最後に、KB3から料理や食堂の選定に関わる確認ストラテジーによる「やり取り式勧誘」と、体調考慮による「推し量り式勧誘」が観察された。両方式とも、言語や非言語的要素による伝え合い(CN-IM)が共通する他、特に、後式において、KB3と同僚は体調の察しによる「対等で私的な同僚関係のフレーム」形成と同時に、「勧誘者」と「被勧誘者」の会話上の役割を交代に交渉しつつ勧誘行動を行っていることが観察された。

Conversation Role Relationship in the Meal Solicitation Process at the Workplace

- Focused on the qualitative analysis with three research subjects -

This study aims to seek an explanation for Japanese <interaction competence> used individually and some idea of <conversational negotiation or role negotiation> with focus on lunch solicitation process performed by three Korean business personnel (hereafter called KB1, KB2 and KB3) working at a Japanese company. Towards this end, an analytical review was performed using an analytical approach after the transcription of the interaction interview with each individual. The results showed that as for KB1, his accumulated socio-cultural knowledge and information ranging from the media to entertainment and cosmetics facilitated conversational negotiation (<CN-PM><CN-IM><CN-EX>) regarding <meaning in language>, <meaning of interaction> and <professional knowledge>. During this process, <frame of a privately close relationship> was formed, while exchanging meta-message of <hope> on the meal. At the same time, the negotiations for potential roles of <solicitor(KB1)> and <solicitee(peer)> were found to have a positive influence on the solicitation process. Next it seemed difficult for KB2 to take solicitation action due to the stress caused by the different perception on the priority between a work and a meal with peers. With respect to the relief of the stress, it is possible to relieve the stress if the negotiation (CN-EX) for mutual understanding is performed by narrowing down the different mutual recognition mentioned above. Lastly, KB3 was observed to display <give-and-take solicitation> by confirmation strategies on the selection of food and restaurants, and <guess-based solicitation> by the consideration of conditions. In addition to the common approach (CN-IM) both by verbal and non-verbal elements, it was observed that especially in the latter, KB3 and his peers performed solicitation action by taking turns about the conversation role negotiation of <solicitor> and <solicitee>, while forming <frame of comparable and private peer relationship> by the consideration of conditions.