

スピーチアクトと丁寧表現に関する 実証的社会語用論からの一考察*

小林 正 佳

1. はじめに

本研究は発話行為としての日本語の依頼および提案に関する一側面を実証的に解明しようとするものである。これまで発話行為をめぐる研究は理論的、思弁的、内省的なアプローチでなされるものが主立っており、分析のための言語資料を用いている場合でも、コーパスなどの二次的データに基づくものや、アンケートによる言語使用意識調査などが中心になっていた。これらに比して、現実の発話を分析対象とする研究は散見される程度である (e.g. Clark 1979; Gibbs 1987; Goldschmidt 1998; Hua, Wei and Yuan 2000; Ide 1998)。

世界や心の理論の構築が発話行為論の目的であり、現実の談話行為や会話の分析はその構築すべき理論体系の検証に資する (久保 2002:79) とすれば、生の言語使用データを分析することに意義が見出せる。そして、人間の言語使用に対する母語話者・研究者の直観力、ならびにタテマエを捉えられる意識調査的研究と、実験・観察などにに基づき言語使用の現場をおさえるホンネ把握的アプローチとを補完的に機能させることも言語使用に関する真理の探求には必要である (cf. Cohen 1990; 荻野 1987; 渋谷 1997)。

本研究の主たる目的は、現実の日常場面において依頼行為と提案行為およびその応答を遂行するのに用いられた現実の発話を観察・記録した資料を分析し、依頼意図の伝達と被依頼者への負担軽減のためにどのような言語表現形式が選ばれ、どういったコミュニケーション方略が採られているか、また、不意の提案がどのような機能や効果を果たすかを考察することである。

2. 実験観察調査

本研究で行った調査方法は筆者が「実験観察法」と称するもので、ある社会言語学的な実地調査法 (Labov 1972) を参考にして独自に工夫・考案したものである¹⁾。これを「観光スポット調査」と呼び、その方法と調査結果を以下に述べる。そして本稿での議論を展開して

いくうえで必要な、筆者がかつて実施した「ファミリーレストラン調査」の方法と調査結果についても一部引用し、比較検討する²¹⁾。

2.1. 方法

2.1.1. 「観光スポット調査」

この調査の目的、実験観察者・被調査者・手続きは次の通りである。

目的

未知の人に写真を撮ってもらうように依頼する発話行為（以後、「カメラの依頼」と呼ぶ。）の遂行に実際用いられる言語表現を観察・収集する。また、「もう1枚撮りましょうか？」という提案行為（以後、「カメラの提案」と呼ぶ。）への応答を観察・収集する。

実験観察者・被調査者・手続き

東京都内の4年制私立大学の3、4年生15人が実験観察者として都内および近郊の観光・散策スポットに出かけ、見ず知らずの観光者ら（=被調査者）が、人待ちや観光者を装ってその場にいる実験観察者にカメラのシャッターを押して写真を撮ってくれるようにとの依頼を引き受ける。そしてシャッターを押した直後に、依頼人である被調査者に対して「もう1枚撮りましょうか？」と、実験観察者側から逆に提案行為を遂行して被調査者による応答（受諾／断わりの仕方など）を観察する。一連のやり取りが終了して両者が互いに離れた後、実験観察者は先の被調査者に気づかれないように観察した内容をメモに採り、後に筆者が予め用意して実験観察者に与えておいた「実験観察調査ワークシート」に転記する²²⁾。

観察・記録の対象となる言語表現は、依頼の発話内効力 (illocutionary force) を生じる単一文のみに限り、「すいません」「あー」などの注意引き (attention-getter) や、「できましたら」「申し訳ないですけど」などの先行連鎖 (pre-sequence) は原則的に考慮しないこととした²³⁾。「カメラの提案」に対する返答については、実験観察者による「もう1枚撮りましょうか？」直後の発話に注目するとともに、提案の受諾であるか断わりであるかを判定させた。

2.1.2. 「ファミリーレストラン調査」

現実の依頼行為の遂行に用いられる言語表現を収集する目的で、「観光スポット調査」以前に筆者が設計・実施した、「観察法」という範疇に入る調査方法である。大学生が観察者としてファミリーレストランや同類の飲食店に客として入店し、2杯目以降が無料で提供されるコーヒーのおかわりを他の客が店員に対してどんな言語表現によって頼んでいるかを聞き取り、それに付随した非言語表現があれば加えて記録した（以後、この依頼行為を「コーヒーの依頼」と呼ぶ。）²⁴⁾。

2.2. 結果

筆者は「ファミリーレストラン調査」による研究において、客がコーヒーのおかわりを店員に頼む際の自然発話を観察・記録し、依頼行為遂行のプロセスを言語形式内の要因と、依頼者と被依頼者との間に働く言語外の社会的・心理的要因とから考察したが、本研究でも同様のアプローチと枠組みによって、調査で収集した生の発話データを分析していく。従って、最初に「ファミリーレストラン調査」の結果を示し、それと比較する形で「観光スポット調査」の結果を述べることで、内容の異なる依頼行為遂行のため実際に使用された言語形式の種類と分布を把握することにする。

「ファミリーレストラン調査」(「コーヒーの依頼」)で収集された総数554件の発話を、アメリカ社会で一般的な依頼・要請の遂行に用いられる言語形式を分類した研究(Downes 1984; Ervin-Tripp 1976)を参考にして6つの型に分けてみた。以下に示すのはそれら6類型と個々の代表的言語形式である。

<疑問型 A>⁶⁾

- (1) 「～いただけます(か)?」
- (2) 「～くださいます(か)?」
- (3) 「～くれますか(か)?」
- (4) 「～もらえます(か)?」

<疑問型 B>⁷⁾

- (5) 「～くれる?」
- (6) 「～もらえる?」

<要請型 A>

- (7) 「～お願いします。」
- (8) 「～ください。」
- (9) 「～ちょうだい。」

<要請型 B>

- (10) 「コーヒー。」
- (11) 「おかわり。」
- (12) 「もう一杯。」

<ヒント型>

- (13) 「コーヒーないんですけど。」
- (14) 「コーヒーのおかわりできますよね。」
- (15) 「コーヒーのおかわりもらおうかな。」

<非言語型>

発話をせず、コーヒーカップを持ち上げたり指差したりする動作

これら6類型の使用者割合は図1のようであった。6類型のうち最も多く、ほぼ2人に1人の割合(47%)で用いられていたのが<要請型 A>で、“やわらかな”命令文および命令文相当の言語形式により高い発話の透明性と表現のなじみ深さを達成し、客による店員との心理的・社会的距離の縮小に適した言い方である。次いで慣用的に依頼の機能を持ち、聞き手に断わりの余地を与える疑問文を、尊敬語・謙讓語、デス・マス体とともに用いた<疑問型

A >の使用割合が多く (22%)、3番目は<要請型 A >の省略形である<要請型 B >という結果になっている。

一方、「観光スポット調査」で収集された発話は「カメラの依頼」が80件、「カメラの提案」が59件であった⁸⁾。「カメラの依頼」で発せられた80件の言語表現形式を「コーヒーの依頼」での6類型に照らして分析してみた結果、<非言語型>を除く5つの類型が使用されていた。言語形式別の使用者割合は図2に示す通りである。「コーヒーの依頼」における行為遂行に使用された言語形式との比較で特徴的なこととして、次の3点が挙げられる。1)「コーヒーの依頼」で最も多く用いられた形式である<要請型 A > (「~ください。」「~お願いします。」等、47%) が、「カメラの依頼」では12%と低い (例:「シャッター押してください。」「写真お願いします。」等)、2)「コーヒーの依頼」では使用者割合が22%であった<疑問型 A > (「~いただけます (か) ?」「~くださいます (か) ?」等) が、「カメラの依頼」では74%と圧倒的に高い (例:「シャッター押していただけますか?」「写真撮ってくださいますか?」等)、そして3)「コーヒーの依頼」では使用者のあった<要請型 B > (「コーヒー。」「おかわり。」等、15%) および<非言語型> (カップの指差し等、9%) が、「カメラの依頼」では「カメラ。」と言いつつ被調査者がカメラを差し出したケース1件のみにすぎなかった。

実験観察法で実験観察者 (被依頼者) が被調査者 (依頼者) の写真を1枚撮った直後に遂行した「もう1枚撮りましょうか?」という提案に対する応答では、1) その提案を受諾した被調査者が51% (例:「そうですか、お願いします。」「じゃあ、こっちのカメラで。」等) 断わった者が49% (例:「いいえ大丈夫です。」「1枚でいいよ、ありがとう。」等) とほぼ半々であった⁹⁾、2) 受諾あるいは断わりの発話の直前に、「あっ」「あら」「えっ」といった言語表現が、受諾/断わりに関係無く63%という高頻度で出現した。3) 提案に対する応答は全般的にデス・マス調による丁寧なもの (「お願いします。」「すみません。」「大丈夫です。」

図1 言語形式別 (6種類) の使用者割合
「コーヒー依頼」

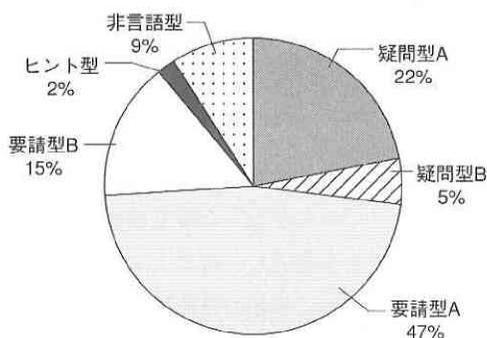
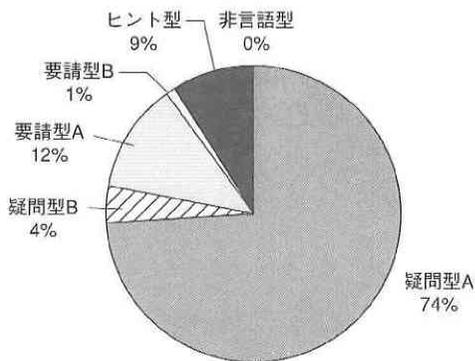


図2 言語形式別 (6種類) の使用者割合
「カメラ依頼」



等)で、提案者を気遣うような表現が殆んどであった。

3. 社会語用論的解釈

この章では、前章の調査結果を解釈する分析の観点について述べた後、「コーヒーの依頼」における最適なコミュニケーション方略、「カメラの依頼」における最適なコミュニケーション方略および「カメラの提案」の機能・効果について考察する。

3.1. 分析の観点

分析・考察のための資料を現実の生の発話とし、それをスピーチ・コミュニティに求めて収集する本研究の方法論は、まぎれもなく社会言語学のアプローチと言える。発話内行為としての依頼と提案という行為を分析・考察の対象としているものの、昨今の Vanderveken (1994) や Vanderveken and Kubo (2002) に代表されるような純粹理論体系の構築を目指す発話行為理論としての議論を展開するものではなく、従来の語用論の中心的トピックであるグライス流の発話行為論とポライトネス理論の枠組みを用いつつ、あくまで言語使用の実態を記述するという態度で、心理的・社会的生き物である人間が社会というコンテキストで遂行する発話行為のダイナミックでありながら秩序だっているという側面を捉えることを試みる。具体的には、面子脅かし行為 (face threatening act) の程度の異なる2種類の依頼行為それぞれの最適なコミュニケーション方略を解き明かす。

調査結果を解釈する主たる分析の観点は、伝達意図 (すなわち発話者の意味 (speaker meaning)) の理解し易さの指標となる発話の透明性 (illocutionary transparency) ・直接性 (directness) (Downes 1984; Leech 1983) とその作用要因となる言語形式における文の種類 (sentential types) ・慣用性 (conventionality) ・依頼行為明確性 (specification of requested act) (Clark 1979; Downes 1983) ならびに被依頼者への丁寧さの配慮に関するポライトネス・面子理論 (face theory) ・待遇表現 (Blum-Kulka 1987; Brown and Levinson 1987; 井手 1982) である。殊に、発話行為理論とポライトネス理論によって予測・説明できることを、実証的に証拠立てようとするところに本研究の分析・考察の多大な意義がある。

3.2. 「コーヒーの依頼」における最適なコミュニケーション方略

ファミリーレストラン (あるいはそれに類する飲食店) において、一度注文すると2杯目以降が無料となるコーヒーのおかわりの頼み方は大きく2つに分けられる。それらは、客としての優位な立場を合理的に利用して、依頼したコーヒーのおかわりという事柄が迅速に実行され無事に完了することに重きを置く「パフォーマンス重視型」(約30%)と¹⁰⁾、空のカップに新たなコーヒーを注いでもらうことを依頼行為の目的としつつも、相手(店員)との

人間関係に気を配り、互いに気持ちよくやり取りを行いたいと考える「コミュニケーション配慮型」(約70%)¹³⁾である。「コミュニケーション配慮型」が「パフォーマンス重視型」を大きく上回っていることを考えると、人に何事かを頼む場合には客対店員という力関係を棚上げしてかしまり、相手に気配りをして行うことが日本人社会では期待されていることが窺がえる。

その「コミュニケーション重視型」の中で、また、全6類型の中でも最も使用者割合の高かったのが<要請型A>(言語形式例文(7)「～お願いします。」(8)「～ください。」(9)「～ちょうだい。」等、47%)である。「ください」は動詞「くれる」の命令形「くれ」の丁寧な言い方であり、国語辞典によれば「ちょうだい」は「ください」と同義である。同じく「お願いします」は平叙文だが、「頼みます」と同義である¹⁴⁾ことから、コーヒーおかわりの状況では命令文「(おかわり)もってきてください」と意味・機能的に等価とみなしてよいだろう。言語形式として命令文は本来命令および依頼の発語内効力と結びついていることから、これら3つの言語表現の発話透明性は極めて高く、加えて日常的に頻繁に用いられるために慣用性の高いなじみ深い言語形式ともなっているため、依頼意図は聞き手にとって非常にわかり易い。

さらにこの<要請型A>は、相手への丁寧さの配慮という観点からも適切である。“やわらかな”命令形とも言える「コーヒーのおかわりください。」等の気楽で形式ばらず、聞き手に対して高圧的にならない言語形式を用いることで、入店後に既知の間柄となった店員との心理的・社会的距離を小さくして力関係を取り払いつつも、店員としての相手の業務を積極的に認め頼ることで「サービスする側の顔」を保守する言い方となっているのである。つまり、客として尊大になり過ぎることも、また、へりくだり過ぎることもなく、程よく客の立場を利用したやり方だと言える。

以上のことから「コーヒーの依頼」においては、おかわりという発話者の依頼意図が極めてわかり易く、被依頼者に対する丁寧さの配慮(ポライトネス)も十分であり、なおかつ、客としての地位を適度に利用して、これら3要素のバランスが非常によい<要請型A>によるやり方が、最適なコミュニケーション方略ということになる。

3.3. 「カメラの依頼」における最適なコミュニケーション方略

「カメラの依頼」におけるコミュニケーションでは、依頼の内容・程度および依頼者被依頼者間に関する差違が要因となって、「コーヒーの依頼」の場合とは著しく異なった方略が採られる。すなわち、相手の面子を脅かす行為の程度において「カメラの依頼」は「コーヒーの依頼」を相対的に上回るために、相手への脅威を減少させて面子を保守する(face saving)のに適した言語的方略が必要となるわけである。

面子理論では、一般に対人的コミュニケーションにおいて行う行為の大きさは、(a) 行為

者（話し手）と受け手（聞き手）との社会的距離、(b) 両者の力関係における受け手の優位度、そして (c) その行為のもたらす負担量の総和によって算定されるが、「カメラの依頼」では (a) 依頼人と被依頼人とは全く見ず知らずの関係なので、ひとたび入店して飲食物を注文したあとは多少なりとも距離の縮まる客と店員の関係よりも社会的距離は大きく、(b) 未知の間柄なので値は極めて小さいが、店員（受け手）は客（話し手）より劣位である「コーヒーの依頼」に比べ、「カメラの依頼」での受け手の優位度は相対的に大きくなり、さらに (c) カメラのシャッターを押すことの方が、コーヒーをカップに注ぐことより僅かながら負担は小さいかと思われるが、それが店員として当然の業務であることを考慮すれば、値は逆転して未知の人からカメラのシャッター押しを頼まれる場合の方が負担に感じるであろう。以上、被依頼者の面子に関する脅威の大きさを算定する (a) (b) (c) いずれの要素においても「カメラの依頼」が「コーヒーの依頼」を相対的に上回ることを確認したが、まさにここに被依頼者の面子保守のためにより丁寧な (more polite) 言語的配慮が必要であり、同じ依頼という行為でありながら「コーヒーの依頼」とは異なった言語形式の使用分布パターン（前掲、図 1・2）となって現われた最大の理由があるわけである。

既に前節で述べたように、「コーヒーの依頼」では 47% という最も高い使用者割合を示した「～ください。」や「～お願いします。」等の〈要請型 A〉は、入店後に比較的身近に感じるようになった店員に対して、客が更に相手との心理的・社会的距離を近くしようとして用いる「やわらかな」命令形である。店員としては、客と言えども「おかわりくれ。」とか「コーヒー持ってこい。」などと高圧的に見下すような言語形式でもって頼まれることには抵抗感を覚え、面子を潰された感じがするに違いないが、この言語形式の使用によって気遣われているのは、「コーヒーのおかわりは我々店側が自信を持って行っていくサービスの一つですから、どうぞ遠慮無くお申しつけください」とでもいったような、客に積極的に奉仕しようとする店員としてのタテマエの面子欲求であり、その欲求を意識的であれ無意識的であれ捉えたこの方略は“疑似”積極的ポライトネス (positive politeness strategy) と言えそうだ。

一方、「カメラの依頼」では〈要請型 A〉は使用者割合で第 2 位だが僅か 12% と低く、第 1 位の〈疑問型 A〉（「～いただけます（か）？」「～もらえます（か）？」等、74%）とは使用率に著しい隔たりがあった。その原因は、〈要請型 A〉はファミリーレストランなどでのコーヒーのおかわりを頼むのには最適だが、無償でカメラのシャッター押しをする人が被る負担を軽減してその人の面子を保守するには不十分であり、依頼を聞き入れてもらえないリスクをも孕んでいる（と意識的に、あるいは直観的に感じられる）言い方だからである。それゆえ、2.2.結果で述べたように、「カメラ。」とだけ言いながら差し出したケースが 1 件だけあった以外、〈要請型 A〉よりポライトネスの度合いが下がる〈要請型 B〉（「コーヒー。」「おかわり。」等）と〈非言語型〉（カップの指差し等）が全くなかった¹³⁾のは十分理解できる。

「カメラの依頼」の場合、＜疑問型A＞の使用によってポライトネスの配慮が払われたのは、被依頼者の消極的面子欲求 (negative face want) に対してである。美しく有名な風景や建造物を背景にして写真に撮りたいと観光者が思うのは自然なことだが、その写真を撮るように見ず知らずの人から何の見返りも無く依頼されて快く何枚でも撮ってあげますよ、という意識や心構えを持った人はいないだろう。観光者同士で写真を撮り合うのは結構だが、そこには関わりたくないし、放っておいて欲しいというネガティブ・フェイスが増大するのが理性的生き物としての人間の自然な姿である。「カメラの依頼」は敢えてその消極的面子に踏み込んで行くわけである。

このように相手の「一人にしておいて欲しい」という欲求に配慮した方略が消極的ポライトネス (negative politeness strategy) であるが、「カメラの依頼」ではほぼ4人に3人の割合で＜疑問型A＞を用いてこのコミュニケーション方略を達成している。最後に、使用者割合から判断して「カメラの依頼」における最適なコミュニケーション方略を担うと言える＜疑問型A＞(「～いただけます(か)?」等)の言語的特徴と発話意図のわかり易さについて考察する。

この言語形式を発することで遂行されるのが、非字義的 (non-literal) な第一義的発語内行為 (primary illocutionary act)、つまり間接的発語内行為 (indirect illocutionary act) である¹⁴⁾。そしてこの言語形式は6類型の中にあつて依頼の発話意図が極めてわかり易く、なおかつ最も丁寧である。それは、文の種類としては本来質問・疑問という行為と結びついている疑問文が、慣用的には依頼・要請という意味・機能を担っているので聞き手に理解され易く¹⁵⁾、また、聞き手に依頼を断わる余地 (optionality) を与えるという丁寧さの配慮がなされているからである。すなわち、発語内行為として透明 (transparent) なため明晰であり、被依頼者への負担を軽減しているのである。さらに発話の透明性を高めて依頼の意図がよりわかり易くなる要因として、頼まれている行為 (requested act) が明確に示されている (Clark 1979:443) 点を指摘できる。＜疑問型A＞(「～いただけます(か)?」等)の「～」の部分には、「写真撮って」や「(カメラの) シャッター押して」等が入り、被依頼者が動作主となる動詞が特定され伝えられる。また、最も丁寧となる更なる要因として次の2点を挙げることができる。一つ目は、{|くださる|} という尊敬語、{|いただく|} という謙譲語の使用に加え、発話者が表現を丁寧にしようとする気持ちを表わす助動詞 {|ます|} が接着されていることである。依頼者が相対的地位を低めるこれらの待遇表現を用いて“腰を低くして”「おじゃましますが」「お手数かけてすみませんが」という詫びる姿勢をもって頼むことで、被依頼者への脅威が減少し面子が保たれるのである。もう一つは、言語形式の間接性 (indirectness) が高いほどより丁寧な表現となるわけで、“Answer the phone.”より“I want you to answer the phone.”の方が丁寧であり、さらに“Will you answer the phone?”はいっそう丁寧である (Leech 1983:108) という指摘からしても、待遇表現を含み、デス・マス体で発せら

れる疑問文である<疑問型A>が非常に丁寧な言い方であることは明白である。

以上考察したように、「カメラの依頼」は「コーヒーの依頼」と比較すると、被依頼者への負担が大きいために、コミュニケーションを円滑に運ぶための最適な方略に供する言語表現形式にバリエーションがなく、その依頼の状況で首尾よく機能するよう被依頼者の消極的面に著しく配慮した低姿勢でお願いする形式に絞られることがわかった。なお、「カメラの依頼」は発語内行為として相手に与える脅威が「コーヒーの依頼」に比べて小さくないために、被依頼者への迷惑や負担を考えて、実際は頼みたくても依頼行為を遂行せずに断念する場合があると思われる¹⁰⁾。

3.4. 「カメラの提案」の機能・効果

この節では、実験観察調査で行った「もう1枚撮りましょうか?」という提案に対する被調査者の応答を分析することからわかった「カメラの提案」の機能・効果について述べていく。

既に2.2.結果で示したように、実験観察者が遂行したこの提案は51%が受け入れられ、49%が断わられるという結果になったのだが、この数値に関して掘り下げることはせず、むしろこれらの受諾/断わりの発話の直前に、「あっ」「あら」「えっ」等の言語表現が、63%という比較的高い割合で発せられたという事実に注目してみたい。

結論から述べると、観光・散策スポットにおいて見知らぬ人から写真を撮ってくれるよう頼まれ、カメラのシャッターを押した後に「もう1枚撮りましょうか?」という言語表現によって遂行されたのは、提案という発語内行為であると同時に、その発語内行為を介して「驚かせる」「困惑させる」といった聞き手の感情・思考・行動に及ぶ発語媒介行為(perlocutionary act)であったのである。

Austin (1962:106) は、発語媒介行為は発話者が意図・計画しても起らないこともあるし、意図的でなくても生じることもあるとしている。また、山梨 (1986:31-32) は、「どのタイプの発語媒介行為が成立するかは、その発話文脈に依存する」と述べている。結局、発語媒介行為は遂行された発語内行為の結果に対する聞き手側による解釈に基づいて(石崎・伝 2001:16) 異なったタイプのものが、成立したりしなかったりすると考えられる。

では、「カメラの提案」の場合は、実験観察者(発話者)が驚かせようとか困らせようという意図がないにもかかわらず、何がどう作用して63%の被調査者に対してそのような効果が及んだのであろうか。それは、事態や行動などに関して聞き手が有する典型的な期待や見込み・予測などの認知・知識構造であるスクリプト(script) (Schank & Abelson 1977) によるものだと考えられる。例えば、スーパーで買い物をするとか、ホテルにチェックインするとかに関して、これらを経験していれば、時系列的に何をやり、どんな会話を交わし、どう締めくくるといったことが台本のように蓄積されているように、観光・散策スポットで未

知の人に写真を撮ってくれるように頼むことに対しても、通常そのスクリプトをメンタルな要素として持っているはずである。ところが、63%の被調査者にとっては、自己の有する“観光・散策スポットでのカメラの依頼”スクリプトに、「もう1枚撮りましょうか?」という提案は予期せぬ余剰の要素として不意に割り込み、それが驚きや困惑となって「あっ」「あら」「えっ」等の感嘆詞となって出現したというわけである。つまり、発話者の意図の有無に関係無く、結果的に驚きや困惑の発語媒介効果が生じた被調査者のスクリプトには、知り合い同士であれば「もう1枚」という依頼や提案がなされることはあっても、未知の人からそのような提案がなされることはないという初期値情報 (default) (Allen 1987:369) との間にギャップがあり、それを埋めるための反応だったと考えられる。感嘆詞が無意識に発せられた後は、「お願いします。」「すいません。」「大丈夫です。」等、応答表現の大半が受諾/断りを問わず、提案者の好意や親切心として受けとめることを示すような丁寧・緩和表現の使用による言語的気配りとなって現れていることから、驚き・困惑が一時的なものと言えるであろう。本研究の「カメラの提案」の状況では、「もう1枚撮りましょうか?」による発語内行為遂行の結果、驚かすとか困惑させるという発語媒介行為が6割強の割合で成立したわけだが、被調査者の応答の中には「もういいよ。」と冷淡に言われたり、提案が無言で流され実質的に断られるというケースもいくつかみられたので、聞き手によっては「怒らせる」「気分を害する」という効果を及ぼしたとも考えられる。

「カメラの提案」に関する実験観察調査では、発語内行為のように慣習的ではなく、人間の主に心理・感情的側面に働くために研究し難いとされている発語媒介行為の、実際に具現しているところを比較的明確なパターン (感嘆詞の出現 63%) で捉えることができたのは社会言語学の手法に拠るところが大きく、また意義深い。

4. 結び

本研究では実験観察法によって、観光・散策スポットで写真を撮ってもらうように依頼する発語内行為と、もう1枚撮りましょうかという提案の発語内行為について社会語用論の視点から分析・考察を試みた。その結果わかった主たることは、1) ファミリーレストランなどでのコーヒーのおかわりを店員に頼む「コーヒーの依頼」では、「おかわりお願いします。」や「コーヒーください。」等の<要請型A>の言語形式を用いた“疑似”ポジティブ・ボライトネスが最適のコミュニケーション方略となるが、「カメラの依頼」では「写真撮っていただけます (か)?」や「シャッター押してもらえます (か)?」等の<疑問型A>によるネガティブ・ボライトネスの方略が最適であり、2) 「もう1枚撮りましょうか?」の発話による提案は、被提案者にとって驚かせたり困惑させたりする発語媒介行為として成立し得る、ということであった。

研究の方法論として本研究では、理想化・抽象化の全くなされていない、あるいはその程度が極めて低い実際の社会的コンテキストにおける生の発話を分析・考察の資料とする社会言語学のアプローチが採られた。発話行為理論およびポライトネス理論を精練して包括的なものとしていくことは重要なことであるが、そのような理論を実際の言語使用に照らして検証したり、現実の語用論的現象の観察・分析から始めて理論やモデルに至ることも大切であり、発話行為論そして語用論全般の発展、ひいては言語を用いる種としての人間の更なる探求に寄与できるのではないだろうか¹⁷⁾。なお、調査方法の精緻さ、コミュニケーション方略の分析・考察の客観性などにおいて本研究はまだ不十分であるので今後の課題としたい。

独自の調査方法を用いて現実の発話を分析した本研究により、従来の理論的・思弁的・内省的、あるいは意識調査的アプローチだけからは見えてこない、実際の人間社会というコンテキストにおいてなされる言語使用、発話行為の動的かつ秩序的側面を捉えて解明していく“実証的社会語用論”と称することのできる研究アプローチの必要性和可能性を多少とも示唆できたように思う。

* 本稿の執筆にあたり、査読委員各位から貴重なコメントを賜り、改訂の際大いに役立った。ここに記して感謝申し上げます。また、本稿執筆中に他界された恩師、故 比嘉正範先生（筑波大学名誉教授）に謹んで哀悼の意を表するとともに、筆者を社会言語学・語用論の世界へ導き、心温かいご指導を頂いたことに御礼申し上げます。

注

- 1) 即時不意打ちインタビュー (rapid and anonymous interview) を参考にした。
- 2) この調査に基づいて行った研究成果は、過去に他学会にて口頭発表している。
- 3) パイロットスタディを実施し、実験観察法の精練と周知を図った。
- 4) Yule (1996:57-8) の指摘にもあるように、依頼・要請 (request) をはじめ大抵の発語内行為は単発的に遂行されることは少なく、先行連鎖を伴うのがふつうであるが、「カメラの依頼」は、その内容や状況などから、いきなり本依頼が遂行されても不自然ではない。
- 5) この調査のように調査者が被調査者とのインタラクションを持たない方法を、筆者は「観察法」と呼んでいる。ただし、自然発生発話を捉えられる点では「実験観察法」と同じなので、発語内行為としての依頼行為の分析に「観光スポット調査」と「ファミリーレストラン調査」とを比較検討することは妥当であり意義がある。
- 6) この型は、疑問を表わす終助詞「か」が出現しない場合でも、上昇調イントネーションによる疑問文の機能を果たすものである。「～いただけませんか」のような否定形も含まれる。「～」の部分には「コーヒー」「おかわり」「もう一杯」等の名詞句が入る。
- 7) <疑問型 A>と同様、否定形も含まれる。「～」には「コーヒー」等が入る (<要請型 A>も同様)。
- 8) 提案の件数が依頼より少なくなっているのは、実験観察者によっては提案するタイミングを逸することがあったためである。

- 9) 実験観察者からの提案とほぼ同時に重複するように被調査者からもう1枚撮ってほしいといった趣旨の発話が2件あったが、受諾/断わりのいずれにも算入せずに除外した。よって、受諾29件断わり28件と数えた。
- 10) <疑問型B><要請型B><非言語型>がこのタイプとなる。
- 11) <疑問型A><要請型A>がこのタイプとなる。
- 12) 『広辞苑』第4版(岩波書店)と『新明解国語辞典』第5版(三省堂)による。
- 13) 「コーヒーの依頼」では<非言語型>の使用者割合は第4位(9%)であった。声の届きにくい距離でも動作で視覚に訴え、意図を瞬時に伝えられるという利点を考えると、余計なコストを抑えたスマートな方略と言える。
- 14) Searle (1975:64-6) は、英語において<疑問型A>のように聞き手の意志を確認するような言語形式は慣用的な間接指示・依頼表現だとしている。
- 15) 慣用性 (conventionality) がより高まった状態はイディオムの (idiomatic) であり、発語内行為の透明性はさらに高まる (Clark 1979; Morgan 1978)。
- 16) 筆者自身はとても頼み難いと感じている。頼む場合、大抵の人が頼み易そうな人、引き受けてくれそうな人、頼むタイミング等を見計らっていると思う。
- 17) Clark (1979:430) は間接発話行為の産出・理解のプロセスの解明のために、Levinson (1983:395) は語用論の諸概念の発展のために、Brown and Levinson (1987:17) はポライトネス理論における丁寧度ランキングのために、いずれも心理学的実験による実証・検証が必要だと説いているが、本研究の調査はそれに属するものとみなせる。

参考文献

- Allen, J. 1987. *Natural Language Understanding*. Menlo Park, California: The Benjamin/Cummings Publishing Company, Inc.
- Austin, J. L. 1962. 1975. *How to Do Things with Words*. (2nd edition.) Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Blum-Kulka, S. 1987. "Indirectness and Politeness in Request: Same or Different?" *Journal of Pragmatics* 11, 131-146.
- Brown, P and Levinson, S. 1987. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Clark, H. 1979. "Responding to Indirect Speech Acts." *Cognitive Psychology* 11, 430-477.
- Cohen, A.D. 1990. *Language Learning: Insights for Learners, Teachers, and Researchers*. Boston, Massachusetts: Heinle and Heinle Publishers.
- Downes, W. 1984. *Language and Society*. London: Fontana Paperbacks.
- Ervin-Tripp, S. 1976. "Is Sybil There?: The Structure of Some American Directives." *Language in Society* 5, 25-66.
- Gibbs, R. W. Jr. 1987. "Mutual Knowledge and the Psychology of Conversational Inference." *Journal of Pragmatics* 11, 561-588.
- Gorlidschmidt, M. 1998. "Do Me a Favor: A Descriptive Analysis of Favor Asking Sequences in American English." *Journal of Pragmatics* 29, 129-154.
- Hua, Z., L. Wei, and Q. Yuan, "The Sequential Organisation of Gift Offering and Acceptance in Chinese." *Journal of Pragmatics* 32, 81-103.

- Ide, R. 1998. "Sorry for Your Kindness": Japanese Interactional Ritual in Public Discourse." *Journal of Pragmatics* 29, 509-530.
- 井手祥子. 1982. 「待遇表現と男女差の比較」国広哲弥編『日英語比較講座第5巻 文化と社会』107-150. 東京:大修館.
- 石崎雅人・伝晴康. 2001. 『談話と対話』東京:東京大学出版会.
- 久保進. 2002. 「言語行為論への招待—関連性理論からの批判に答えて」『語用論研究』第4号 69-83.
- Labov, W. 1972. *Sociolinguistic Patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Leech, G. 1983. *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Morgan, J. 1978. "Two Types of Convention in Indirect Speech Acts." In P. Cole (ed.) *Syntax and Semantics 9: Pragmatics*, 261-281. New York: Academic Press.
- 荻野綱男. 1987. 「社会言語学の調査から理論にいたる道」『日本言語学会第94回大会シンポジウム予稿集』19-28.
- Schank, R. C. and R. Abelson, 1977. *Scripts, Plans, Goals and Understanding*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Searle, J. 1975. "Indirect Speech Acts." In P. Cole and J. Morgan eds. *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, 59-82. New York: Academic Press.
- 渋谷勝己. 1997. 「足で学ぶ言語研究」『月刊言語』(5月号) 32-37. 東京:大修館.
- Vanderveken, D. 1994. *Principles of Speech Act Theory*. Montréal: Université du Québec à Montréal.
(久保進翻訳・訳注『発話行為の原理』東京:松柏社, 1995.)
- Vanderveken, D. and S. Kubo 2002. "Introduction." In D. Vanderveken and S. Kubo (eds.) *Essays in Speech Act Theory*, 1-21. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- 山梨正明. 1986. 『発話行為』東京:大修館.
- Yule, G. 1996. *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.