

複数言語話者による言語レパートリー活用の一考察

—中国語母語話者による Weibo でのトランスランゲージングに着目して—

唐萍 (立命館大学大学院生)

1. 先行研究

グローバル化やテクノロジーの発展に伴い、SNS¹におけるデジタルテキストを用いたコミュニケーションが登場し、普及している。SNS を用いるコンピュータ媒介コミュニケーション (Computer-Mediated-Communication; 以下、CMC とする) においては、対面コミュニケーション (face to face; 以下、f-t-f とする) よりも自己開示が促進されると報告されている (Joinson, 2001)。ジョインソン (2004) は、「戦略的・動機的利用者—予測・創発効果 (SMEE) の枠組み」を提示し、「SMEE におけるフィードバック・ループの目的は、利用者と彼らのオンライン行動の間に明白な継続的連携を提供することである。…利用者のオンライン上の行為が、彼らのオンラインや実生活上での特徴にフィードバックされ、そしてまたそれがメディアを介した行動にフィードバックされるという継続的プロセスである」(p. 192) と述べている。さらに、「文字だけのコミュニケーションは、対人態度を伝えるための言語をアレンジ (例: パラ言語や顔文字の利用) するように促すため、人の行動に直接影響を与えるだろう」(pp. 191-192) ということが指摘されている。これらの観点から考えると、特定 CMC ツールにおける言語・非言語レパートリーの使用は、語用論的な機能を持つものとして捉えることができる。

一方、音声、ジェスチャーなどのパラ言語の欠如といったオンライン環境でのコミュニケーションの特徴を踏まえ、マルチランゲージ、マルチモダリティ表現 (絵文字/emoji, スタンプ, さらにインターネットミーム²) が普及し、さらに多くの研究者がオンライン環境におけるトランスランゲージング実践に注目してきた。その多くは、純粋な量的研究によるものである (Li & Zhu, 2019; Zhang & Ren, 2020)。これらの先行研究は、データベースを用いて、言語表現そのものを分析しているものの、投稿者が自身の言語使用についてどのような意識をもっているのかを十分に捉えられていない。投稿者の言語使用についての意識を分析できていない点で、つまり、質的分析という観点から見れば、トランスランゲージングのプロセスで発生している「言葉遊び」のような語用論的現象を十分に分析できていないと思われる。さらに、Li & Zhu (2019) は中国でよく使われている SNS の一つ、WeChat に投稿されたインターネットミームや文字における表現を言語構造 (structure) から分析している。この言語現象を捉えるために、Li & Zhu (2019) は、中国語と英語など異なる言語体系から、要素を取り入れたり、他の記号 (絵文字を含む) を混ぜたりして、新たなスクリプトを作るという言語実践を‘Transcripting’³と定義している。しかし、先行研究レビューによると、‘Translanguaging’⁴と‘Transcripting’⁵の2つの概念は明確に区別できない場合があることが分かったため、本稿では、García & Li (2014) で提唱された言語レパートリーの観点を用いて、マイクロブログにおけるトランスランゲージング実践についての一考察を試みた。

2. 研究課題

本研究では、以下の2点を研究課題とする。

- ① 中国語、日本語、英語の三言語を使用する中国人留学生の李然さん (仮名) はマイクロブログにおいて、言語・非言語レパートリーをどのように創造的に活用しているのか。
- ② ①で明らかにしたトランスランゲージング実践は、語用論的にはどのような機能を持っているのか。

3. 研究意義

本研究の目的は、特定個人のオンライン・トランスランゲージング実践を分析することで、社会的な文脈によって、その形式や語用論的機能も多様であることを明らかにすることにある。また、本研究では、SNS のテキスト中で用いられる絵文字や記号のような、既存の言語体系を超えた表現方法も視野に入れる。これによって、オンラインという環境ならではのト

¹ ソーシャル・ネットワークキング・サービス

² インターネットミームとはポップカルチャーの有名なイメージやスナップショットにユーモラスなコメントを加えた静止画像のことである。(ブタシンスキ他, 2017, p. 337)

ランスランゲージングの創造性を示唆することが可能である。

4. 研究方法

本研究は質的と定量的の混合法アプローチを用いて行った。Herring (2004) によれば、コンピュータ媒介談話分析 (Computer-Mediated Discourse Analysis; 以下, CMDA とする) フレームワークにおけるデータサンプリングには6つの方法がある。本研究は特定個人のオンライン・データに焦点を絞っている点で, Herring (2004) に指摘されたような, コンテキストの欠如やインターアクションに関する結論が出せないという限界がある。このような課題を補強すべく, 「特定個人・グループによるデータへの焦点化 (By individual or group)」以外に, 「対象データとなる時期の特定化 (By time)」という2つの方法を選んで, データを収集した。

4.1 ケース・スタディー

Otheguy et al. (2015) の観点に従い, 本研究は一般化を目指すというよりは, 個人言語の使用実態を明らかにすることを目的としている。本研究では, 中国天津出身, 中日英の三言語を使用する20代の女性1名李然さん(仮名)の長期的データの分析を試みた。李然さんは, 中国の義務教育を受け, 小学校1年から英語を学び始め, 2015年9月から2018年3月まで中国の大学で日本語を勉強し, 2018年4月から日本へ留学している。調査対象データを投稿した時期は, 日本滞在中であった。言語レベルについては, 中国語(母語), 日本語(第二言語, 日本語能力試験N1合格), 英語(第三言語, 中国の大学英语試験CET-4合格, TOEIC 780点)である。よく使用するSNSはWeibo³で, 投稿は平均で1日2回程度, 1回につき約20文字である。296人(2021年4月6日, データ収集時)のフォロワーの中には, パイリンガル183人(61.8%:中英181人, 日中2人), トライリンガル67人(22.6%:中日英63人, 中仏英2人, 中独英2人, 中韓英1人), その他がいて, (15.6%:モノリンガル, 不明), 年齢は主に20代, 30代である。

4.2 データ収集

研究課題①について, 李然さんの承諾を得たうえで, 筆者は2021年4月6日に李然さんのWeiboアカウントにアクセスし, 2019年4月1日から2021年3月31日まで, 2年間の投稿内容(マイクロブログ)を画面録画した。投稿された内容(表現, 入力ミスを含む)は, そのままの状態を保つ形で, デジタル化した。研究課題②について, 李然さんがトランスランゲージングを用いる理由や李然さんの言語観を把握するために, 半構造化インタビューを行った。実施日時は2021年10月7日, 20:00~20:40であり, 実施方式はZoom会議(録音)である。

4.3 データ分析

2019年4月1日から2021年3月31日までに, 李然さんがWeiboに投稿したマイクロブログの数は1,724件である。具体的には表1の通りである。

表1 各種類の投稿件数と割合

項目	投稿件数	割合
純粋な母語	1,251	72.6%
純粋な非母語	18	1.0%
混合型	406	23.5%
文字なし	49	2.8%
合計	1,724	100.0%

本研究は, テキストやコンテキストに基づいて, 李然さんの個人言語特徴を見出すことを目指しているため, 「文字なし(句読点, 絵文字や写真のみ)」の49件(2.8%)の投稿は分析対象外とした。筆者はトランスランゲージングの観点から, 残りの1,675件の投稿に対して, 活用された言語によってカテゴリー化を行った。結果としては, 母語や非母語に関する活用390件, 母語内の活用35件, 非母語に関するのは18件である。これら言語活用にかかわる投稿を本研究のサンプルとして認定した。合計443件, 2年間の投稿総件数に占める割合は25.7%である。そして, Zhang & Ren (2020)の研究結果を参照し, 抽出されたサンプルを繰り返し読みながら, 李然さんのオンライン・トランスランゲージング実践の現実的な状況に応じて, 分類カテゴリーを抽出した。抽出の結果としては, 各オンライン・トランスランゲージング実践の顕著な言語的特徴によって, 主に次のような7つのカテゴリーが特定された。(1) アルファベット表記(既存の漢字や仮名表記を使わず, あえてアルファベットで表記したもの), (2) 固有名詞や単位表記など(世界的に普及している使い方・表記), (3) 音声置換(音韻的特徴やルールに基づいてトランスランゲージングした場合), (4) 借用(非母語の言葉や表現を使用した場合), (5) 非言語表現の活用(既存の漢字や仮名表記を使わず, あえて絵文字や記号で表記したもの), (6) 言語転移(言語転移により生まれた使い方), (7) 新たな意味の付与・拡大(語彙に意味を拡大して付与していた場合), である。この7つのカテゴリーは,

³ マイクロブログのことを指し, ツイッターとFacebookの諸機能も合わせ持つSNSである。

創造的活用 (Creative Translanguaging) または非創造的活用 (Translanguaging) の2種類に分けられる。アルファベット表記、音声置換、非言語表現の活用、言語転移、新たな意味の付与・拡大は創造的活用に属し、固有名詞や単位表記など、借用は非創造的活用に属するものとする。そして李然さんの言語・非言語レパートリー活用の全体的な特徴を把握するために、Excelを使って、各カテゴリーの度数を分析した。カウントしたのは、同一サンプル内のトランスランゲージング実践における分類の異なり件数である。最終的に分類されたのは566項目である。そして、確認のために李然さんと分類結果を共有し、本人の意図またはトランスランゲージングを用いる理由とずれている場合は、調整を行った。李然さんの確認により、31項目(5.5%)の分類判定を訂正した上で、度数分布表(表2)を作成した。

5. 分析結果

李然さんのオンライン・トランスランゲージング実践数は主に7つのカテゴリーに分けられ、それぞれの度数や割合は表2に表示される。

表2 各カテゴリーの度数と割合

カテゴリー	度数
アルファベット表記	226 (39.9%)
固有名詞や単位表記など	112 (19.8%)
借用	80 (14.1%)
音声置換	75 (13.3%)
非言語表現の活用	46 (8.1%)
言語転移	21 (3.7%)
新たな意味の付与・拡大	6 (1.1%)
合計	566 (100.0%)

合計566項目の中に、アルファベット表記は226項目あり、39.9%を占め、最頻値になった。それ以外の各カテゴリーの度数は、固有名詞や単位表記など112(19.8%)、借用80(14.1%)、音声置換75(13.3%)、非言語表現の活用46(8.1%)、言語転移21(3.7%)、そして新たな意味の付与・拡大6(1.1%)である。この中で、創造的活用(アルファベット表記、音声置換、非言語表現の活用、言語転移、新たな意味の付与・拡大)は374項目あり、総数の66.1%を占める。そして、マイクロブログに対する質的内容分析の結果、李然さんによるオンライン・トランスランゲージング実践は、言語と社会の2つのレベルにおける語用論的機能を持っていることが分かった。言語レベルについて、スマートフォンでは絵文字やピンイン表記などの機能を活用し、アルファベット表記、音声置換、そして非言語表現の活用によって、より実際の発音に近い表記が可能になった。また話者の伝えたいニュアンスも伝えられるようになったことから見ると、上記のオンライン・トランスランゲージング実践を通じて欠如したパラ言語の一部を補足できるようになった。そして、社会レベルについて、トランスランゲージングを用い、オンライン環境における公表されたくない情報や内容を暗号化することができ、情報漏洩やオンライン不正行為の防止にポジティブな影響を与えることが明らかになった。

6. 考察

絵文字などの記号を語彙として活用している言語実践は、テクノロジーの発展に適用した結果によるものであり、このような既存の文字言語システムを越えた表現方法は、オンラインならではの創造性を示唆している。したがって、トランスランゲージング実践をテキスト中心のオンライン環境において論じる場合、非言語表現がことばとして役に立っていることを意識することが大切である。さらに、前述した役割以外に、語彙に新たな意味を付け、非言語表現を表すというもう一つの側面を理解することもできる。したがって、中国語における非言語表現(絵文字・記号・ジェスチャーなど)の語彙化は、非言語表現と語彙の間で双方向的に行うことが可能なのではないかと考える。

ウォレス(2018)によれば、「コンピュータが介在する環境は脱抑制、つまり人間行動における日常的制約からの解放を促す」(p.188)と述べている。つまり、コンピュータやスマートフォンの媒介は、人と人の中に「屏風」を置くように、直接対面しないことで、様々な制限が解放され、対面コミュニケーションで使えない、言い出しにくい、さらに言わせない表現を解禁したのである。さらに、Weibo投稿という、他者の識別性の欠如によって高い匿名性を持ち、投稿者はより私的自己意識が高い状態で行う言語活動において、送り手は自らの言葉遣いの楽しさ、感情を適切に表現するという自己欲求を満たすことをより重視するのではないだろうか。しかし、「印象を自己管理したいという願望は、舞台がインターネットに移ったからといって消えることのない、人間の根本的特徴である」(ウォレス,2018,p.88)。オンライン環境というのは自由な「場」であると認識されがちだが、オンライン環境において、普段の自分と違う人間になるわけではない。すなわちSMEEにおけるフィードバック・ループから考えると、オンライン上の言語行動が、オフライン環境における教育、生活環境、人間関係、

イデオロギーなどの要素にフィードバックされ、制御されるというわけである。以上のことから、オンライン環境による脱抑制性とオフライン環境からの制御との間での葛藤は、オンライン・トランスランゲージングの1つの誘因なのではないかと考える。さらに、半構造化インタビューによると、留学経験や使用する言語・ツールなどの特徴は、李然さんはトランスリンガルとして、言語・非言語レパートリーから適切な資源を選んで、活用することを促進している可能性があると考えられる。

そして、ジョインソン (2004) が指摘しているように、メディアの特徴以外にも、様々な要素が CMC の心理的・行動的結果に影響しているため、CMC におけるトランスランゲージング実践を対象とする研究は、単なる表現そのものだけに注目してしまうと、説得力が低くなってしまふ恐れがある。したがって、筆者は北出 (2006) を参照し、インターアクション、CMC ツール、そして CMC における言語レパートリー活用の三者の間での関係を示すために座標系を作ってみた。横軸に示されているのは利用者が追求しているインターアクションレベル、縦軸で示されているのは CMC ツールにおける言語・非言語レパートリー活用の特徴である。このようにして、特定 CMC ツールにおける言語・非言語レパートリー活用の位置づけや特徴を、座標系に示すことができる。また、この座標系を用いて、多様なメディアにおける言語活動を示すことが期待される。

7. 今後の課題

今回の研究は対象者が一人であり、一般化できるものではない。そして、マイクロブログにおけるトランスランゲージングに注目したが、コメント、インスタントメッセージなどにおける、双方向コミュニケーションの相互作用によって行ったトランスランゲージング、そしてそれがコミュニケーションに及ぼす影響には言及しなかった。今後、語用論的研究、さらに社会言語学的研究を行う際に、非言語表現 (絵文字、大きさ、スペース、色彩など) は「ことば」として役に立つ現象、すなわち非言語表現の語彙化とその機能を意識することが必要である。一方、オンライン環境における双方向コミュニケーションのやり取りに対する研究を通じて、送り手と受け手それぞれの言語・非言語レパートリーの間ではどのようにインターアクションしているのか、さらにコミュニケーション双方の言語・非言語レパートリーの構築や使用にどのような影響があるのかに関する研究が期待される。

参考文献

- García, O., & Li, W. (2014). *Translanguaging: Language, bilingualism and education*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Herring, S. C. (2004). Computer-mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Communities. In S. A. Barab., R. Kling., & J. H. Gray. (Eds.), *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning* (pp. 338- 376). New York: Cambridge University Press.
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, **31**(2), 177-192.
- Joinson, A. N. (2003). *Understanding the Psychology of Internet Behaviour: Virtual Worlds, Real Lives*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. (三浦麻子・畦地真太郎・田中敦訳(2004). インターネットにおける行動と心理: バーチャルと現実のはざままで 北大路書房)
- 北出慶子 (2006). 非共時性コンピュータ媒介インターアクションの特徴がもたらす第二言語習得への可能性 山口幸二教授退職記念論集 115-138.
- Li, W., & Zhu, H. (2019) Transcribing: playful subversion with Chinese characters, *International Journal of Multilingualism*, **16**(2), 145-161.
- Otheguy, R., García, O., & Reid, W. (2015). Clarifying translanguaging and deconstructing named languages: A perspective from linguistics. *Applied Linguistics Review*, **6**(3), 281-307.
- プタシンスキミハウ・奥村紀之・ジェプカラファウ (2017). 顔文字の現象および研究の概観—記号の遊びが科学されるようになった道— 人工知能, **32**(3), 333-341.
- Wallace, P. (2016) *The Psychology of the Internet*. New York: Cambridge University Press. (川浦康至・和田正人・堀正訳(2018). インターネットの心理学 NIT 出版)
- Zhang, Y., & Ren, W. (2020). ‘This is so skrrrrr’ - creative translanguaging by Chinese micro-blogging users. *International Journal of Multilingualism*, Retrieved Apr 26, 2021, from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14790718.2020.1753746>