

類似と相違——中日文化の相違を考える

Similarities and Differences —— Thinking about the Differences in Chinese & Japanese Culture ——

肖 爽

はじめに

古代中国から、とくに遣隋使、遣唐使による盛んな文化交流によって、唐王朝の文化は当時の日本社会に浸透した。しかし、その後、中国は明の時代、日本は江戸幕府の時代に入り、いずれも鎖国という国策を採った結果、互いの交流は閉ざされ、それぞれ独自の環境で文化が育っていくことになる。現在認められる多くの中日文化の相違点もその時期に育まれたと思われる。

しかし、近年とりわけ、改革開放性政策が実施され、市場経済化が進行する中、中日間の民間の交流が年を追うごとに活発になり、観光をはじめ、貿易、企業提携、留学、学術交流などの場面でも異文化に触れる機会が多くなってきた。このような背景の下、両国間の異文化理解が極めて重要な意味をもつようになってきた。

しかし、一言で異文化理解といっても、実際にはそう簡単なことではない。人間は自分の文化環境で長く生活し、それに慣れていく過程で、その文化環境ならではの生活習慣、価値観などを自分自身の中に蓄積し形成するものである。すなわち個人の中における文化の成立である。石井・久米・遠山(2001)によれば、文化とは、人間が物事の解釈や行動において拠り所となる「判断基準」であり、特定の状況に対して人々がほとんど無意識に使う「暗黙のルール」であり、生活上の諸問題の解決に向かう行動において「司令塔」の役割を果たしている。そして、無意識に相手の文化を、自

分の文化環境で育った生活習慣や価値観に照らし、その合理性を評価しがちである。結果的には、その合理性の評価でずれが生じ、カルチャー・ショックを経験したり、トラブルが起こったりするわけである。

たとえば、日常生活でもっともよく使う返事についても、ちょっとしたトラブルが確認されている。日本語では、「はい」以外にも「うん」という返事も使う。しかし、目上の人に対して「うん」を使うことは少なく、それは失礼な行為とみなされる。しかし、中国語では、返事は、目上の人に対して、目下の人に対して、「嗯」を使っている。この「嗯」の発音は、ちょうど日本語の「うん」の発音と同じである。そのため、日系企業でよくこの返事で誤解が生じる。中国人の従業員は十分に上司を敬っているにもかかわらず、頻繁に“嗯”(「うん」)と返事をして、日本人上司に不快感を与えてしまうことがあるのである。

さらにまた、日本語の場合、返事ははっきりと発音した「はい」一回が礼儀であり、二回重ねて「はい、はい」と返事をするのはあまりよしとはされない。時としてそれは、返事をしている人が承服はしていないが、仕方なく返事している、というニュアンスを伴う。しかし、中国語の場合は、一回の返事ももちろん認められているが、快く受けて親切に丁寧に返事するときは、一回よりも二回のほうが好まれる。例えば、上司に呼ばれて、“好，我马上去。”というより、“好，好，我马上去。”と言ったほうが快い返事だとされる。

これを日本語に置き換えて「はい、はい」と受け答えした場合、やはり日本人上司は違和感を覚えるようである。

返事に起因するトラブルは、まだ単純なものであると言える。しかし、中には行動や作法などに関連する、より複雑な誤解も存在する。その例として、贈答行動にかかわる相違があげられるであろう。日本人も贈答を好む民族であるが、中国にも「礼多人不怪」ということわざがあるほど、贈答は大いに歓迎され奨励されている。その点において大きな違いはないのであるが、両国民の好みや文化の違いによって誤解やトラブルが生じることもある。

例えば、結婚式のお祝いに刃物はよくないとされる日本の風習を知らなかったがためのトラブルもある。これは行動や作法のレベルでなく単純な知識不足による誤解である。しかし、例えば誰に、いつ、どの程度の物を贈るとよいのかという高度なレベルについては、より深い異文化理解が必要となる。日本人は、どこか旅行先から帰る際に、お世話になった多くの人々に万遍無くお土産を買ってくる傾向がある。そして、一つのグループのみんなに一箱のお菓子を贈ることもある。しかし、中国人の感覚では、対象を少人数に絞って、本当に値打ちのあるもの、高価なものを一人ひとりに贈るのが一般的なものである。

また、贈答をされた後の返礼についても、両国間の行動様式は全く異なっている。日本的な感覚では、頂き物に対しては、あまり期を置かず同等程度の物を返すのが常識であるようだ。祝い品や見舞いに対しても、内祝いや快気祝いといった形で感謝の気持ちを表すことが礼儀であると考えられているようだ。対等な関係の間でなされる中元、歳暮もまたしかりである。

しかし、中国ではむしろすぐに返さない方がより礼儀にかなうと考えられているといってもよいだろう。むしろ、贈答に対してはその時に言葉でお礼を述べるが、すぐにお返しをするのではなく、いつかの機会に心温まるお返しをしようとして心にかけてるのが礼儀だとされている。つまり、受けた厚意や温情をより長い間覚えていることにも大

きな意味を置いているのである。中国的感覚ではすぐにお返しをすることは、単なる形式的な物品交換に過ぎず、すぐに品物を返すことで友愛を切るつもりかと誤解される場合さえある。もちろん、国際交流が頻繁になるに伴い、中国人もだんだん日本人の習慣や感覚を理解するようになってきてはいるが、行動や作法に内在する基本的な考え方に起因するこの種の誤解には、なお注意が必要である。

さらに、贈り物の内容も互いの文化の相違でかなりの違いがあるようである。例えば、日本人は「祭」という字を目にした場合、にぎやかで楽しいイメージだが、中国人ならお葬式や供養や法事など思い出すことであろう。よって、「祭」の字の入っている飾り物などの贈り物は、日本文化を知らない中国人にプレゼントすることは好まれないであろう。また、梟（ふくろう）は日本では縁起のいいものとされ、ふくろうの飾り物なども好まれるが、しかし、中国では、梟は縁起のいい動物とされていないので、これをプレゼントとして贈るのも適切ではない。

このように交流の歴史も長く、地理的にも近い国でありながら、両国間には少なからず誤解が存在していることがわかる。しかし、それはなまじ類似点があるからこそその誤解であるとも言えるのかもしれない。まったく文化基盤が異なる者同士ならば、新しい文化を懸命に学ぶことを通して相互理解が進むかもしれない。まだ知らないことに起因する失敗はあっても、誤解に起因する失敗は案外少ないかもしれない。中日両国は、その根幹において共有するものがありながらも、それぞれ異なった軌跡を残し発展する過程で、異なった価値観や発想を形成してきた。そういった価値観や発想の相違は、日常のコミュニケーションや習慣などに表れる。「問題はこうした表面的な差異の背後に『文化』の違いを疑ってみるの意味である。」(浜本1997) 以下、本稿では、1. 言語的要素、2. 非言語的要素、3. 生活習慣の3点から中日両国の相違を論じたい。

1. 言語的要素における相違

1) 漢字・熟語レベルにおける相違

成毛 (1998) は「ひとつひとつの窓としての単語から見える世界の様相は、それぞれの言語によって微妙に異なるものである。その点の認識が、異文化間コミュニケーションでは重要となる」と述べている。中国語も日本語も漢字を使っているため、よく筆談の手段として漢字が活かされているようである。読み方はさておき、中日両言語に同形語がたくさんあるので、親しみを感じる人が多いようである。

例えば、銀行、交通、文明、社会、安全、学校、感謝などは両国に共通して存在する単語である。覚える際には便利な面もある一方、実は、そこにはたくさんの落とし穴がある。もちろん、中日両言語で同じ意味の同形語がたくさんあり、それによってかなり助かることも多いが、しかし、そこには思いがけない意味のずれや、使い方の違いがあるため、それに起因して誤解が生じることも少なくない。相手もこちらも同様の認識をもつと思いがちだからである。

例えば、中国語では「娘」は「母親」のことを指し、日本語の「娘」にあたる言葉は“姑娘”である。「姑」という字が入っているが、「しゅうとめ」とは関係なく、「未婚の女性、女の子」、「娘」という意味である。ちなみに、“姑”は父の姉妹のことを指し、「おば」のことである。また、「夫」の字は、中国語でも日本語でも同じ意味であるが、しかし、「丈夫」は中国語でも「夫」という意で、頑丈という意味ではない。他には、「男湯」「女湯」の漢字を見て、日本では男性の飲むスープと女性の飲むスープが違いかと勘違いをしている留學生の話、「油断一秒、怪我一生」の標語を見て日本人の責任感（油を一時切らしただけで、一生自分を責め続ける担当者）に感服した訪日団員の話など、中日交流の際の誤解が数多く挙げられる。

また、中国語と日本語では順序が逆となっている言葉も数多く存在している。たとえば、「紹介」と「紹介」、「买卖」と「売買」、「始终」と「終始」、「夺取政权」と「政權奪取」などである。さらに、

日本語には「左右（さゆう）」と「右左（みぎひだり）」のように順序が逆となっている言葉が並存している。たとえば、「前後（ぜんご）」と「後先（あとさき）」、「凹凸（おうとつ）」と「凸凹（でこぼこ）」などである。これらの言葉を違和感なく使い分けている日本人は漢文語彙と日本語語彙というような区別を意識していないであろう。しかし、よく考えてみるとそこには中国人と日本人の意識、発想の相違を垣間見ることができる。

“夺取政权”と「政權奪取」のような場合は、文法による語順の違いで、目的語と動詞の順序が決まるわけであるが、しかし、“始终”と「終始」や“买卖”と「売買」などの場合は違う。時間の流れに沿っていうと、先に「始まり」があって、次に「終わり」があるのである。中国語の場合は、私たちが経験する時間の流れに沿っていて、日本語の場合は、それに逆らったかたちを取るものが多い。“始终”と「終始」のほかに、“介绍”「紹介」、「合影留念」「記念撮影」、「杀人分尸」「バラバラ殺人」などたくさんある。“买卖”と「売買」の場合は、その「買う」と「売る」という動作のどちらが先かに注目するより、その動作の方向性に注目してほしい。「買う」という動作または動作の結果は自分のほうに移動し、「売る」は相手のほうに移動するということになる。このような言葉に関して王 (2004) は、「『自分から離れるほうが先』なのが日本語、それに対して中国語は常に『自分に向かうほうが先』と指摘している。これに関する例として、「出入り」と“进出”、「貸し借り」と“借贷”、「損得」と“得失”、「浮き沈み」と“沉浮”、「行き来」と“来往”などが挙げられている。

さらに、「左右」と「右左」に関して、漢字の筆順の定石をまとめた言葉を借りて、「上・下、左・右、表・裏、前・後……この並び方が、中国語が空間的に存在するものを情報として繰り出すときの順番であり、時系列とともに中国語的パースペクティブを支えているもうひとつの軸です。」と指摘している。中国語では、最も頼りになる人のことを“左膀右臂”と言う。政權や事業を支えてくれる人のことを指すのによく使われる。頼み

とする補佐役のことを“左右手”と言う。この際の順序も「左」が先で、「右」が後である。また、周りをきょろきょろ見回すことを、“左顾右盼”と言い、喩えであたりの情勢をうかがってばかりいて、決断できないことを言う時にも使う。それから、隣近所のことを“左邻右舍”と言い、繰り返して考えることを“左思右想”と言う。あと、“左右为难”（板ばさみになる。ジレンマに陥る）“左右逢源”（物事をするのに円滑である；万事順調にいく）“左右开弓”（両方の手を代わる代わる使うたとえ。また、二つの仕事を同時に進めるたとえ）“左支右绌”（やりくりがつかない）などのような「左」「右」の入った言葉は実に多いが、「右」「左」の順で提示されることは皆無である。この裏には、単なる習字の技法としての筆順や交通ルールの問題ではない根源的発想が存在しているに違いない。

2) 翻訳文章レベルにおける相違

古田（1987）は、「人間は言語を文化的環境の中で文化の一部として習得し」、音声記号（話し言葉）または文字記号（書き言葉）によって意思の伝達（コミュニケーション）を行う。そして、「コミュニケーションにおける送り手は、意思すなわち考えや感情を言語記号化し、受け手である相手に伝達する。受け手はメッセージを聴覚や視覚で知覚し、脳の中で認知および意味づけによって記号を解釈する」と述べている。しかし、異文化間コミュニケーションにおいては使用される言語記号が異なるために、通常相手の国の言語に転換する通訳、あるいは翻訳といった作業が不可欠となる。しかし、本来その国の言語はその国の文化に根ざしたものであるために直訳が必ずしも適訳であるとは限らない。そのような場合、通訳・翻訳の過程で、逆の意味の言葉に置換したり、別の方向から言い表す技法がとられることが多い。以下、具体例を挙げて説明する。

①左右に関する例

・車は海を右にしながら、雑木の枝の下を走って行った。

訳：车子沿着大海左岸，在杂木林的树枝下奔驰。

②南北に関する例

・上石千川児童遊園は、その千川通りを南にした、日当たりの良い児童遊園です。

訳：上石千川儿童公园是坐落在千川路北面的一个日照很好的儿童公园。

③「行く」と「来る」に関する例

・「僕、しばらく旅行してこようと思います。」

訳：“我想去旅行一段时间。”

・まだ会議は始まりそうもないから、コーヒーでも飲んできましょう。

訳：会议还要等一会儿才开始，咱们去喝杯咖啡吧。

・誰か来たようですから、ちょっと見てきます。

訳：好像有人来了，我去看看。

・食べ過ぎたので、走ってきます。

訳：我有点儿吃多了，出去跑一圈。

上記の翻訳文は、みな反対の意味を持つ言葉に置き換えて翻訳しているのであるが、しかし、実質的な意味の面においては、むしろそのままの言葉を用いるより適切なのである。翻訳は、単なる言葉の置き換えではなく、その言葉の文化背景に合った工夫が必要とされる作業である。翻訳する際には、表面的な言葉の置き換えよりも、その真意を汲み取った伝達を第一の目的にすべきだと思う。

上の例で言うと、①の日本語をそのまま「右」を使って直訳すると、“车将大海至于右侧”となり、②の日本語をそのまま「南」を使って直訳すると、“把千川路置于北面”となる。どれも処置文の「把構文」を用いることになるが、不自然な中国語表現となるのは否めない。さらに、③の場合、日本語の補助動詞である「～てくる」という表現は、文法的には中国語の方向補語の“来”、“起来”にあたるが、しかし、上の例文の場合、「～てくる」は、行って、また戻ってくるという意味である。「旅行する」、「見る」、「走る」などの本動詞があるため、「行く」という言葉は出てきていないが、実質的な意味としては、「旅行に行ってください」、「コーヒーを飲みに行ってください」、「ちょっと見に行ってくる」、「走りに行ってくる」ということである。挨拶言葉の「行ってきます」と同様、ここには、日本独特の表現習慣が潜んで

おり、行ってから、またもとの所に戻ってくるという意味が内包されている。しかし、中国には、そのような表現が必要とされていなく、むしろ、「行く」というこれからの動作に焦点が当てられているため、「行く」という意味の“去”で訳するのが適切となる。もちろん、逆に中国語を日本語に訳す場合も同様である。さらに、ことわざや慣用句の場合は特にそうである。その国の言葉にそれぞれ独特なものがあり、それを踏まえたうえでの翻訳こそ理想的な翻訳だと思う。

2. 非言語的要素における相違

「言語の意味構造は、たしかに、ある言語を用いる人々の文化を理解する上での指針とはなる。しかし、文化の意味構造は、もっと多重である」と浜本(1997)は述べている。

また、「非言語的行動は、同一文化内、異文化間を問わず、コミュニケーションにおいて疑うべくもなく重要である。今まで人が考えた以上にその重要性が大きい」(John C. Condon Jr.1980 近藤訳, 1980, p.67) の考えに代表されるように、日常生活の中で占める非言語的要素の働きは極めて大きいという。そこで、次に非言語的要素における中日両国間の相違を見てみよう。

一般的に非言語メッセージには、①人体(例えば、性別、年齢、体格、肌色など)、②動作(人体の姿勢と動き)、③目(視線の交わり方と目つき)、④周辺言語(言語に付随する音声の特徴)、⑤沈黙、⑥身体接触(相手の身体に接触すること)、⑦対人的空間(コミュニケーションのために人間が利用する空間)、⑧時間(文化形態と生理学の二つの次元での時間)、⑨色彩、などがあると言われているが、ここではいくつかの点に絞って考察したい。

1) 視線(アイコンタクト)

日本の文化では、他人と視線を合わせないように振舞うのは不思議なことではない。北出(1998)によると、「日本人の場合、相手の目を見ることは、失礼な行為とされることが多いので、

目の触れ合いは少ない。とくに相手が目上のため、恭順や尊敬を表わすのであれば、相手の目を直視するのはよくない」という。日本では話をするとき、相手の目をじっと見ずに、ときどき目をそらしたほうが礼儀だとされている。じっと相手の目を見たら、相手がどういう人か、何を考えているか、などを探っていると思われたりするので、むしろ避けるのが望ましいとさえ言われている。或いはまた相手の目を見続けて話をする人は自己主張の強い人だと見られる傾向にあるので、話し手になった場合にはとくに注意が必要だとも言われている。就職ガイドや面接のためのハンドブックには、このことを重要な要注意項目として記すことが多い。

これに対して、中国では、人の目を見てお話するのが礼儀とされている。面と向かって話をする時は、ちゃんと相手の目を見ないと、無礼なことだと思われる。ドラマや映画でもよく「わたしの目を見て言いなさい」とか、「どうだ?おれの目を見る勇気がないか」とかのような台詞があるように、相手の目を見ないことは、さらに、下心を持っているのではないかと思われることさえある。北出(1998)は、「非言語メッセージは、普通、無意識のまま相手に送られることが多く、しかも、たいていは相手の文化基準で解釈されてしまうため、自分では気づかぬうちに、大きな誤解を招いていることがある」と述べている。まさにその通りである。中国では授業や、講演を聴くときに先生や講演者を見ないでうつむいたり、目を閉じて話を聞いていたりすることは、話し手の話に興味を持っていないか、話し手を無視していると誤解されがちである。

2) ゼスチュア

非言語コミュニケーションにおいて、最も目立つのはしぐさやゼスチュアであろう。文化背景によって、意味伝達で役立つしぐさやゼスチュアも違う。これも上記の漢字熟語と同様、全然違うものなら、明らか違うことが前提となっているので、新しいルールを勉強してから理解を果せるだろう。例えば、わたしたちは、普通頭を縦にふるなら、

OKで、横に振るとだめという意味であるが、アフリカの一部のところでは逆となっているそうである。しかし、中国と日本の場合は、頭を縦に振るか横に振るかというような数多くのしぐさに共通点がある。そのため、かえって相違点に関しては注意が不十分のようである。ここでは、誤解の招きやすいものを挙げてみる。

①数字の表し方

1から10までの数字は、よく手で表すが、中でも、1から5までは、中国と日本は大体似ていて、ほとんど誤解を招くことはないようである。しかし、6からの数字の表し方は異なっている。日本の場合は、両手を使って表現するが、しかし、中国では相変わらず片手で表す。それで、日本でよく使われているほかのゼスチュアと間違われることがある。例えば、9の数字は、人差し指をまげて表すが、これは、日本で「泥棒」を表すゼスチュアと同じだそうである。そして、8の数字は、親指と人差し指を広げて表すが、二本の指を出していることから、これは、日本では2とも理解できるようである。

②怒るーウサギぴょんぴょん

日本では、鬼の角をイメージして、両手の人差し指を立てて、頭の上にあてることによって、怒っているという意味を表すが、しかし、中国では、これは、幼稚園児がウサギのまねをするときの動作で、全然怖いとか怒るというイメージはない。むしろ、かわいらしいイメージである。同じしぐさでも、中国と日本では全然意味が違っているため、これによって「あの人が怖い」「あの人は怒っている」と、せっかく伝えたい嚴重な雰囲気も台無しとなる。

③お金

日本人はよく親指と人差し指で輪を作り、残りの三本の指を立てて、「お金」をイメージするが、しかし、このゼスチュアは、中国語において「ゼロ」か「OK」しか意味しない。お金の場合は、日本人のようにコインで表現するのではなく、お札を数える動作で表現する。つまり、親指と人差し指、中指とこする動作であらわすのである。北出(1998)は、「言葉と非言語メッセージが矛盾

した場合、人間は、往々にして非言語の方を信用してしまうものであるが、それは、非言語メッセージが、無意識、かつ反射的で、コントロールのきかないものだからである」と述べている。日本人のビジネスマンが「もうほとんどの条件で合意が成立しているが、後はお金の問題ですね」という意味を伝える際に、「もうほとんどの条件で合意が成立しているが、後は『これ』ね」のように、指で輪を作る日本的ゼスチュアを使って持って表現したら、中国人には、すべてオーケーと受け取られてしまい、一番大事なお金の問題は未解決のまま契約の合意が成立してしまいかねない。

3) 色彩に関する違い

中国では赤が好まれている色彩だということは周知の通りである。日本でも赤は別に縁起の悪い意味はないが、しかし、日本のような「紅白」の組み合わせは中国人に受け入れられないことが多々ある。

日本でお正月の人気番組である「紅白歌合戦」では、男性の司会者はよく真っ白のスーツに身をまとい、さらに、マイクまで白のものにするが、それを初めて見る中国人は皆一様に驚きを隠さない。

中国人日本語学習者を対象に、日本事情を教える際に、結婚式の服装の写真を見せたら、みんなお葬式の服装だと勘違いをしてしまった。さらに、白地に黒で書かれた「〇〇、〇〇家結婚式場」の写真を見た時、その驚きはいつそう隠せないものとなった。中国では、お葬式などの場合、白地に黒で横断幕など書くが、結婚式の場合、必ず、縁起のいい赤の紙で書かなければならない。それだけでなく、歓迎の横断幕や、めでたい式典の横断幕も赤で書くのが普通である。

中国で言う「紅白喜事」は、「結婚式」と「お葬式」のことで、つまり、「白」は「お葬式」のシンボル色なのである。お葬式の時に、喪主は必ず白か黒のものを身につけ、昔は、白の帽子から、白の帯に白の服であった。

そればかりでなく、「白」は「紅」の反対色として、政治的な意味も含まれている。新しい中国

の国旗は赤で、赤は太陽の色で、伝統的な魔よけの意味だけでなく、現代では、革命、生命力、などの象徴として人々に親しまれている。反対に、反革命の象徴としてのものを、「白」をつけて表現したりする。

4) 顔文字

現代の若者の世界では、インターネットや携帯電話はなくてはならないものだと言っても過言ではない。この現代的手段を生かした新しいコミュニケーションの様式は実に興味深いものである。伝達内容そのものは文章によって作成され、その意味においてメールは言語的コミュニケーションであると言える。ところが、メールの短く簡素な文章では細やかな感情などはなかなか表しにくいのでメール独特の表現方法として顔文字が生まれてきたのである。顔文字の使用によってメールに非言語的要素を付加し、メールコミュニケーションの質は一気に向上したのである。ここでは以下、顔文字の使用に関する中日の相違を、その普及過程も視野に入れながら考察したい。

例えば、中国では、「:-)」という携帯電話やネット用の表情を表すマークがあるが、日本人にとっては、「^0^」で表現するのが普通であろう。一見、同じ笑顔を表すマークに過ぎないが、中国と日本では、違うマークで表現されている。「:-)」は笑顔、「:-D)」は大笑いの笑顔、「:-)」はしょんぼりした顔で、「;-)」片方の眉毛を上げる表情で、「:-0)」は、口を丸くして「おう」と言って、少しびっくりしている表情である。

これに対して、日本では、基本的に横書きで表現する。(^ 0 ^) は「こんにちは」、(^_^) / ~ は「さようなら」、そして、「笑う」をイメージする (o^∇^o) / や、(^∇^)/、「泣く」をイメージする (T__T)、(;へ;)、「すみません」をイメージする m(_ _)m、m(-_-)m など。いずれも横書きであらわし、その気持ちを伝達している。

上記の顔文字を見れば明らかなように日本では、そのまま見て分かりやすい横書き風なのだが、中国では縦書き風に行っていることがわかる。中国でも今では日常の文章で縦書きのものをほとんど見

かけないのであるが、メールの顔文字についてだけなぜ縦書き風のもの流行ったのであろうか。

実は、十数年前、中国でインターネットをすることはごく一部の人に限られていた。ネット上の顔文字によるコミュニケーションはさらに限られた一握りの人たちのものであった。その人たちは、当時欧米などの影響を受け、顔文字を「発明」する苦勞の関係もあるが、すぐみんなに見てわかる横文字風より、すこしひねった縦書き風のものを用いることによって、業界外の人にはわからないという神秘性と優越性を得たかたのではないかと推測する。携帯電話の使用も、中国では、最初は、一つのステータスであった。とくにメール機能付携帯電話は、値段が一ヶ月の給料に相当するほどに高額で、利用のためには特別の申請なども必要であった。これらの事情が、意識の上で自分たちと一般人とを差別化する手法としての縦書き風顔文字の普及を促進させたものと思われる。テレビ番組に顔文字のクイズ番組まであった。これに対して日本の場合は、携帯電話は一気に普及し、また極めて安価で手に入れることができるようになったので、ステータス・シンボルとしての役割はごく初期の段階で失われ、メールの時代入った段階ではむしろ互いのコミュニケーションがいかにか簡潔にまた分かりやすくできるかという点だけが問題になった。このような状況下で、顔文字が見て分かりやすい横文字風になるのは当たり前のことであろう。

しかし、今現在、中国での携帯電話の普及率は驚くほど加速しており、それにつれて横文字風顔文字も次第に使用されるようになってきている。非言語的要素の使用方法がステータスシンボルとリンクした証左として非常に興味深い現象であったといえよう。

3. 生活習慣における相違

文化人類学者のHall (1993) は、文化の特徴について、人類学者の意見を踏まえた上で、次のように述べている。「文化は生得のものではなく、学習されたものであること、また、文化の種々面

は、相互に関係し合っていること——つまり、文化のある面に触れれば、文化の他のすべての面がそれに影響されるということ、そして文化は一つの集団に共通しており、その結果、異なる諸集団を区別していること、の三つである。・・・文化は人間にとって、一つの媒体である。そして人間の生活は、すべての面で文化とかがわり合い、また文化によって変容されている」中日両国の生活や風習は異なっており、それぞれの国において独自の生活文化が成立している。本稿ですべての生活習慣について考察することは不可能なので、ここでは食にまつわる生活習慣に絞って議論したい。

1) 食べ物に関する相違

①主食と副食

日本人と中国人の主食感覚の違いを実感したのは、初めて日本のラーメン屋で餃子を食べるサラリーマンを見たときであった。餃子は中国の伝統的な食べ物として世界に広く知られていて、そして、多くの人々に好まれている。中国では、餃子は昔から現在まで、あくまで、主食であって、副食ではない。したがって、餃子は、メインの料理を食べた上で食べるもので、餃子自身をメインとして、ご飯を合わせて食べることは考えられない。しかし、日本では、餃子をおかずとして食べる。それにあわせた「餃子定食」までである。中国では、餃子も、炒飯も、ラーメンも、肉まんも、白いご飯も、全部主食である。中に具が入っているから、副食を兼ねていると思われがちであるが、餃子を副食として、白いご飯と一緒に食べることは中国ではない。

②温度に対する感覚

日本では、刺身、お寿司を始め、つめたい料理がたくさんあるが、中国では、前菜以外の料理は温かいものが原則で、冷たいものは好まれないようである。冷たいご飯などは、残りご飯というイメージがあるので、特に好まれない。それによって生まれてきた「炒飯」(チャーハン)は今多くの日本人に好まれている。しかし、日本では、楽しいピクニックや花見の際に、おにぎりは便利でおいしい食べ物として好まれていて、また、サラ

リーマンやOLの朝食や昼食としてもよく食べられる。これに対して、中国では、冷たいご飯が好まれないため、学校に給食がない時代には、各学校にお弁当を温めるシステムまであったほどである。

2) マナーに関する相違

中国で人間関係を作るには同じテーブルを囲むことがとても大切なことである。宴会は、仕事上の相手と友人関係を築くよい機会だとされている。したがって、中日の食事マナーに関する相違は知っておく必要がある。

①あいさつ

日本では、食事の際に、必ず「いただきます」「ごちそうさまでした」とあいさつするが、中国ではとくに決められた言葉がない。これは、日本人にとって、物足りない感じがすることが多いようである。これに対して、日本のこの挨拶がわからない中国人は、直訳の中国語の挨拶“我吃了。”“我吃好了。”を聞いて、不自然だと感じる。特に、中国語に訳した日本のドラマを見ると、一人暮らしの人の独り言のような挨拶を聞くのには違和感を覚える。

②食べ物の量に対する感覚

日本の場合、出された全部食べた方が「おもてなしの料理をおいしくいただいた」という意味で礼儀に適っている。これに対して、中国では、食べきれないほどの食事を出すのはホストとしての重要なポイントであるため、食事を残すことは「満腹です。満足した」という意味で、すべて食べてしまうと「まだ足りない」という意味になってしまう。そのような場合、招待側はさらに追加しなければならないのである。この事情を知らない日本人が「せっかく作ってくれた食事を残しては悪い」と思って一生懸命食べたら、料理は次々と出てくることになる。けちだと思われたくない招待側は、面子がつぶれないようにどんどん追加することが多い。だから、食事を残すことはホストに対する配慮と考えてもよいくらいである。

また、この食事の量に関する感覚の違いは、料理の盛り付け方にも表れている。食事の際には、

料理の内容はもちろん、その器、食器も重要な役割を果たしている。中国では基本的にはセットとなっている食器を使うのが普通であるが、日本では、その料理に適切な器をそれぞれ選ぶ。さらに、その器の美しさを食事の一部として賞味してもらうために、絵などが見えるように盛り付けをするが、中国人から見れば、あんなに大きな器なのに、真ん中に少ししか料理が盛っていないで、けちくさい印象がある。逆に、中国でのあふれそうな盛り方に日本人が違和感を感じ、せっかくのご馳走なのに、品のない盛り方で幻滅することもある。どちらにも悪意がないのに、食事の量に関してはここまで誤解が生じる可能性が潜んでいるのである。

③勘定

中国の習慣としては、基本的には、割り勘という概念がない。中国では食事を誘った側が全額支払うのが普通である。仕事上の宴会はもちろん、友人や知り合いの人と食事をいっしょにする場合も、誘った人が注文、支払うのが一般的である。「一度、招かれたら招きかえす」のが中国流である。友人間で貸し借りの概念があるため、支払いはいつも誰か一人がする。日本のような割り勘は若者の間では増えてきているが、まだ広がっていないようである。たとえ人数が多くて一人で払いきれないぐらいの大金の場合でも、仲間の何人かが客に知られないように支払うのが礼儀だとされている。このように、奢り奢られという付き合いの中で互いの関係を築いていくのである。

④箸の使い方

中国と日本と韓国と、同じく食事に箸を使う文化があり、「箸食」となっている。しかし、この箸の使い方やマナーにも、中国と日本とで一部違いが認められる。

・逆箸

中国にも箸の使い方いくつかのタブーがある。そのタブーのほとんどは日本と共通しているものだが、しかし、中には、日本では許されているもの、むしろした方がいいとされているものさえある。たとえば、日本では、客に料理を勧めるとき、箸をさかさまにするのが礼儀であるが、しかし、中国では、箸をさかさまに使用するの、“乾坤

颠倒”と言ってタブーである。逆に、昔中国で料理を勧める時にしていたように、自分のなめた箸で料理を勧める行為は日本ではタブーとされている。今、日本でも中国でも、大体レストランでは共通の取り箸を用意していて、これだと衛生的だし、両方の礼儀に違反のない合理的なやりかたである。

・客用の割り箸

日本の家庭でホームステイをした中国人留学生の体験談の中に、こんな話がある。「日本人と一緒に食事をするとき、ホストファミリーの家族のみなさんがみんながきれいな高級なお箸を使うのに、僕にだけ割り箸」と。これは、日本人の心遣いで、自分の普段使っている箸を客に使わせるのは失礼で、わざわざ新品の割り箸を用意したわけである。しかし、中国では全員共通の箸を使うのは礼儀で、一人だけ特別な箸を使うことはない。しかもそのあてがわれた箸が特別な高級品ならいざ知らず、何の変哲もない割り箸だったがために大きな誤解を招くことになったのである。

・箸の置き方

日本では、箸は横に置くのが普通で、縦に置いたら、つまり、箸の先が相手に向いたら失礼だとされるが、中国では、手前の小皿の横に縦に置くのが普通である。

中国では、大勢で一緒にテーブルを囲んで食事をするのが基本だからか、縦に置いて、円いテーブルの場合はみんなの箸は放射状になり、どの箸も中心を指している。むしろ、横に置きづらい状況である。そして、韓国のスジヨ（箸とスプーン）も縦だし、そして、西洋のナイフとフォークも、左右だが縦に置く。日本料理の場合は自分に分けられた「膳」を中心に食事をするので、横に置くようになったのではないかという説もある。

終わりに

筧（1991）は、「外国人とのコミュニケーションとして自己の意思を正しく伝え、相手にそれを正確に理解してもらうために、お互いの風俗・習慣、それぞれの主観的なものの考え方、言葉の表

現の仕方、日常レベルにおける行動など意志伝達に関する広範な知識や認識が必要不可欠であり、それに調和したコミュニケーションが行われなければならない」と述べている。しかし、現実問題としては、異文化との間に誤解が生じることは避けられないと思う。しかし、その誤解を如何に減らし、さらに、それを活かして更なるスムーズなコミュニケーションに達成するために、どのように工夫するかが大事なことだと思う。文化と文化の間の比較なしには、その文化の特徴が明らかにならないのである。比較があつてこそ、それぞれの文化の特徴が見えてきて、そして、それによる自国の文化への再認識が果たせるのである。それと同時に、異文化に対する誤解を取り除く契機ともなるし、手段となる。トラブルが起こった、誤解が生じた、という段階にとどまらずに、その原因をさぐって、そして、それに類似したものについて類推し研究することで同じ誤解を繰り返さないよう努めることは、異文化コミュニケーションを図ろうとしている人のあるべき姿勢であろう。

Hall E. T 岩田慶治・谷泰（訳） 1993 文化を超えて
TBSブリタニカ

引用文献

- 石井敏・久米昭元・遠山淳 2001 異文化コミュニケーションの理論：新しいパラダイムを求めて 有斐閣
- 石井敏 1987 言語メッセージと非言語メッセージ 古田暁（監）異文化コミュニケーション 有斐閣 Pp.81-100.
- 王 浩智 2004 日本語から学ぶ中国語・中国語から学ぶ日本語 東京図書株式会社
- 筧文生・飛田就一 1991 国際化と異文化理解 法律出版社
- 北出亮 1998 非言語によるコミュニケーション 鍋倉健悦（編）異文化間コミュニケーションへの招待 北樹出版 Pp.98-135.
- 成毛信男 1998 言語によるコミュニケーション 鍋倉健悦（編）異文化間コミュニケーションへの招待 北樹出版 Pp.66-97.
- 浜本満 1997 文化相対主義 山下晋司（編）文化人類学キーワード 有斐閣 Pp.86-89.
- John C. Condon Jr. 近藤千恵（訳） 1980 異文化コミュニケーション サイマル出版