

Title	韓国における接客言語行動の社会言語学的研究
Author(s)	金, 美貞
Citation	大阪大学, 2005, 博士論文
Version Type	
URL	https://hdl.handle.net/11094/46600
rights	
Note	著者からインターネット公開の許諾が得られていないため、論文の要旨のみを公開しています。全文のご利用をご希望の場合は、 〈a href="https://www.library.osaka-u.ac.jp/thesis/#closed"〉 大阪大学の博士論文について 〈/a〉 をご参照ください。

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

氏名	金 美 貞 ^{キム ミ ジョン}
博士の専攻分野の名称	博 士 (文 学)
学 位 記 番 号	第 1 9 7 8 7 号
学 位 授 与 年 月 日	平成 17 年 9 月 30 日
学 位 授 与 の 要 件	学位規則第4条第1項該当 文学研究科文化表現論専攻
学 位 論 文 名	韓国における接客言語行動の社会言語学的研究
論 文 審 査 委 員	(主査) 教授 真田 信治 (副査) 助教授 渋谷 勝己 教授 土岐 哲

論 文 内 容 の 要 旨

本論文は、立場による役割関係の典型である接客言語行動について、韓国の様々な店舗において実際に交わされた店員と客との会話をデータとして、ポライトネス (politeness) の観点から、その具体的なストラテジーを分析したものである。

論文は8章から構成されており、A4判178頁(400字詰原稿用紙換算約600枚)の分量である。

第1章と第2章では、対人言語行動及びポライトネスに関する先行研究を検討し、研究対象と研究の背景について述べている。

第3章では、調査方法と収録したデータに関する情報を記している。また、分析に入る前に韓国の様々な店舗における接客言語行動の発話内容を分類し、店舗形態によって発話内容の構成が異なることを指摘している。

第4章から第6章までは、韓国における接客言語行動のデータ分析である。これらの章では、韓国大邱市で収集した接客の事例から、具体的なストラテジーとして選択される諸言語表現を考察している。

まず、第4章では、規範的ストラテジーとして選択される表現として、文末の敬意体、敬語形式、基本接客の発話の出現状況を、営業形態及び店舗形態による違いを考慮に入れつつ分析している。特に市場や個人商店の接客発話は、文末に方言敬意体や非敬意体も出現して、ファーストフード店やデパートなどよりも非定型的で複雑なパターンを見せる。このような傾向は改まりの程度が高い基本接客の発話にも当てはまり、そこでは、方言敬意体であいさつしたり、サービスを行うときに非敬意体を用いたりする例がある。市場と個人商店の接客言語行動は、定型性が低く、店員がその場の状況に応じて随意的に用いる表現によってポライトな接客をすることが多いのである。

第5章では、接客マニュアルなどの教育によるものではなく、より随意的に選択される表現として、方言、非敬意体、発話に付加される呼称形式、肯定の応答詞、その他断定を和らげる表現形式などについて、そのバラエティ及び出現状況を考察している。データから抽出した項目を帰納的に考察することによって、従来の研究では詳しく論議されなかった、談話状況に応じて話者が随意的に用いる項目を見出している。さらに、どのような言語表現が使われるのか、といった問題だけではなく、発話にどのようなものが付加されるか、どのようなタイミングで冗談などを持ち出すか、といった問題も追究している。

そして、第6章では、分析対象とするポライトネスにかかわる言語表現を談話レベルに拡大して、客に買ってもらうために、あるいは客との対立を緩和するために、どのような表現が用いられるかを分析している。具体的には、工

夫されたあいさつ、目的達成のための種々のストラテジー、客との対立を緩和する愛想表現、直接関係のない雑談などである。儀礼的なあいさつ発話は、全体的には標準語の敬意体による定型的なものが多いが、店舗形態によってそのバリエーションに違いがあるとす。特に市場においては、接客談話の終了時のあいさつに客と購買商品などの状況によって工夫された表現の用いられることが多いことも指摘している。また、当該場面の目的を達成するためのストラテジーとして、一人称代名詞を用いて個人的な応対を強調したり、命令形を含む発話で強く勧めたり、客（の持ち物）をほめていい気分させたりするような表現があり、それは主に販売店舗で見られることも指摘している。

以上の接客事例の分析で取り上げたいくつかの項目を中心に、第7章では、客側に立つ人々が接客する販売員の言語行動をどのように評価しているのか、また、どのような接客を期待するのか、といった観点からの意識調査を行ない、結果を分析している。客側の意識調査からわかったことは、市場とくらべデパートの接客言語行動への期待値が高く、規範意識が強いということである。したがって、デパートのように接客に関する店員の教育がなされると認識されている店舗においては、客側も規範的な接客言語行動を期待しているといえる。一方、店員の方言使用を否定する意識は見られず、市場の接客では方言を使うのがいいという意見が多かった。また、呼称形式や方言、雑談などに関する意識では、客の方からも親しみの感じられるものを好み、販売員との会話に協力的であることがわかった。

第8章では、考察結果をまとめて、「韓国の接客言語行動におけるポライトネス表現」を総合するとともに、残された課題について述べている。

論文審査の結果の要旨

ポライトネスの研究には、いろいろな観点からのアプローチが考えられるが、本論文では、韓国の「接客」という現実の場面に限定して、その条件のもとで用いられる言語表現の動態の把握を試みている。接客場面を研究対象としたのは、規範によるポライトネス表現と、状況に応じて操られるポライトネス表現の両面を、一定の流れをもつまとまりの談話のなかで把握しようと意図しての措置である。

本論文の特に高く評価される点は、状況に応じて操られるポライトネス表現の実態を詳細に記述したところにある。談話レベルでの配慮の表現に共通する特徴は、「笑いを伴う」「直接的で具体的にアピールする」など親密感をかもし出す方向へと会話を進めていく点にあるといえる。これらの表現は、相手に積極的で好意的な態度を示す手段として、客と店員間の社会的立場による上下関係をあいまいにし、個人的なつながりがあるかのようにふるまうために用いられていると考えられる。

どの言語においても会話の相手との間をリラックスさせる言語表現は存在するであろうが、本論文は、韓国での接客事例という具体的な場における好意の示し方の諸相を確認したものとして貴重である。なかでも一人称代名詞を用いて店員自身を強く押し出す表現や、感動詞を伴ったおおげさな表現を用いるストラテジーなどは、従来の研究で議論されていなかった項目で、本研究のような自然談話のデータ分析によってはじめて指摘できるものである。

ただし、本論文にも問題がないわけではない。それは、本論文で用いた談話データが、すべて申請者が客となって店員と交わした会話であるという点である。そのデータの一般性・代表性には検討の余地があろう。さらには、国や言語によって異なるポライトネスの示し方についても確認する必要がある。特に日本での接客言語行動との対照はそれぞれの言語におけるポライトネス・ストラテジーを究明するためにも有益なはずである。本論文でも、日本の接客言語行動と大きく異なるパターンを見せている項目についての断片的な記述はあるが、その体系的な比較対照はほとんどなされていない。しかし、これらの点は、自ら研究を推進する力を持つ申請者の今後の研究展開に期待すべき事柄であり、決して本論文の価値を損ねるものではない。

以上のように、本論文は、今後に予想される研究の新しい展開に指針を与えるものとして、博士（文学）の学位を授与するに十分な価値を有するものと認定する。