

日本語と中国語における「顔」の比較

— 認知言語学の観点から —

A comparative study of Japanese and Chinese with special reference to “face”
-From the viewpoint of cognitive linguistics-

方小贊

Xiaoyun FANG

E-mail : binlinmusashino@yahoo.co.jp

和文要旨

本稿の目的は、メタファーやメトニミーなどの認知的な手法を用いて、日本語と中国語における「顔」の意味拡張の普遍的側面と個別的側面を示し、更にその個別的な側面に対して文化的変異に基づく説明を行うことである。考察の結果、日本語と中国語における「顔」は、共通の中心義を持つだけでなく、「物の表面、前面」「社会上の体面」「顔の状態」などに意味拡張される点においても共通していることが分かった。一方、日本語の「顔」は、メタファーとメトニミーの相互作用によって中国語にはない「成員としての人」「代表的な人や事柄」「名望のある人」などにまで意味が拡張される。

また、日本語と中国語の慣用句において、意味概念との関わりに関しては類似しているものの、感情や心理態度にかかわる場合では共通点が少ないことが分かった。また感情を表す際、日本語の「顔」は中国語の「顔」より広範に使われていることも分かった。

日本語の「顔」は表情や感情を中心に意味拡張され、中国語の「顔」は体面を表す面子を中心に意味拡張されることが分析より明らかになった。その原因は言語的・普遍的な拡張の仕組みのみによるのではなく、文化的な要因にも影響されていると考えられる。更に、「顔」と「面子」という文化的な違いから日本語と中国語における「顔」の意味拡張の違いの説明を試みた。

キーワード：メタファー、メトニミー、意味拡張、慣用句、顔

Keywords : Metaphor, Metonymy, Semantic extension, Idiom, Face

1. はじめに

顔は人を見分ける際に最も目立つ身体部位であり、人を代表するものである。また、「おもて」にある顔の多様な表情から人の「うら」にある心の動きが分かると言われるように、顔は外部世界と内面の感情を結ぶ重要な架け橋であると言える。

また、比喩は私たちが世界を認識するための重要な手段であり、認知と大きく関わっている。Lakoff & Johnson (1980) は「言語上の根拠から、日常用いられている概念体系の大部分が本質的に比喩から成り立っている」、「人間の思考過程 (thought process) の大部分が比喩によって成り

立っている」と述べている。また、山梨 (1988) には、「比喩は、日常言語のメカニズムの中心的な機能特徴づける伝達の手段である」、「比喩の理解のプロセスは、心のメカニズムや言語の情報処理のメカニズムを特徴づけるさまざまな認知の中心的なプロセスの一つといえる」とある。人間はこのようなメタファーやメトニミーなどの認知的な手法を用いて、顔の概念及びその意味拡張を認識していると考えられる。

このように比喩は慣用句とよく係り合うと言われているため、ここでは「顔」を含んだ慣用句の「顔」の意味拡張における位置づけを明らかにしたい。本稿での慣用句とは、「足を洗う」のよう