

# リズム、音楽、そしてバーバルアート — 韓国の市場談話を例に —

## Rhythm, Music, and Verbal Art in Korean Market Discourse

呉 恵卿 OHE, Hye-Gyeong

● 国際基督教大学  
International Christian University



韓国の都心大型市場、「叫び型」談話、バーバルアート  
urban marketplaces in Korea, Vendor-Call, verbal art

### ABSTRACT

本稿の狙いは、韓国の都心大型市場という空間が言語の芸術性を実現する場であり、ことば共同体として機能していることを明らかにすることである。市場に見られる談話型のうち、本稿では商品と関連した単純な情報を繰り返す「叫び型」談話に着目した。SPEAKINGモデルを援用して韓国の市場で収集した「叫び型」談話を提示し、他の談話型との違いについて述べた。さらに、「叫び型」談話をバーバルアートの側面から考察し、特定の音韻や文法、意味、韻律構造の反復によって実現される言語的並列構造が市場談話の中にどのように現れているのかを分析したところ、韓国の市場における「叫び型」談話は一定の押韻パターンを持ち、遊戯性に優れた詩的構造を持つことが示された。また、音律パターン、同一音韻の反復、語彙的・統語的変異という談話レベルの装置によって音楽性をもった一つのバーバルアートになっていることが明らかになった。

Current research reveals that urban marketplaces function as specifically contextualized spaces that encourage linguistic creativity. Among the number of discourses performed in the Korean marketplace, the author focused on Vendor-Call, where sellers repeatedly cry out simple bits of information about the goods and prices in a loud voice. In Vendor-Call, the sellers use limited communicative resources, including both lexicon and syntactic structure. First, the author offers a definition of Vendor-Shouting discourse based on the ethnographic description of naturally occurring Vendor-Call in Korea using the SPEAKING model proposed by Hymes (1972). Next, the author considers the viability of Vendor-Call as a verbal art (Bauman 1977) by

analyzing the way in which linguistic parallelism appears through the repetition of a specific phoneme, syntactic structure, specific meaning, and prosody. Consequently, the author elucidated the poetic verse structure of Vendor-Call with its specific rhyme, musical elements, and prosody patterns, repetition of like phonemes, variation in vocabulary and grammatical structure, and other linguistic devices, which are characterized by elements of linguistic play. Finally, the rhythmic structure created through repetition, linguistic parallelism, and musical effects strengthened through the co-occurrence of a nonverbal performance, such as rhythmical clapping and verbal performances accompanied by the tapping of feet, transforms Vendor-Call in the Korean marketplace into a verbal art.

## 1. はじめに

市場は様々な人間群像が集まり、相互行為によって「その場」で臨時社会的自我を作り出す場所であり、社会言語学の分野でも興味深い研究が提示されきている (Tsuda 1984, Lindenfeld 1990; 1994, 吳 2006a; 2006b; 2007; 2008, Ohe 2011 など)。本研究では、そのような社会言語学および談話分析のアプローチを参照しつつ、韓国の都心大型市場<sup>i</sup>に見られる特定の談話型を民族誌学的 (ethnographic) 方法論に基づいて収集・記述し、日常生活における言語使用が独自のバーバルアート (Bauman 1977) として機能していることを明らかにしたい。

本稿が分析の対象とする市場での談話は、友達や家族と分かち合うような親密な言語使用とは異なり、それ自体で制度的 (institutional)・社会的 (formal) な側面を持つ公的生活として成立する日常談話である (Drew & Heritage 1992: 23-24)。日常的でありながら社会的な側面もあわせもった、複合的な性格を持つ談話であるといえる。本稿では特に、韓国のソウルおよび首都圏など、都心に位置する大型市場での言語使用に焦点をあてている。都心大型市場は、広い敷地に多様な商品を販売する店舗がぎっしりと並んでおり、一定の物理的空間内で様々な形の商業的行為を可能にする場

所である。多様な形の商売は、豊富な談話型の創出にも繋がり、都心大型市場は談話の研究にとって重要な空間である。

本稿で用いる資料は、2002年5月から2009年9月にかけて、筆者が観察法および参与観察法、オーディオ・レコーディング、エスノグラフィック・インタビューによって収集したものである。収集された談話資料のうち、本稿の分析対象となる「叫び型」談話の数は合計56である。紙幅の都合上、本稿ではこれらの談話資料の一部を具体的な分析対象として提示している。なお、韓国語資料については、ローマ字表記とともに日本語訳も付した。談話例の提示にあたっては、談話が発生した現場のようすを伝えられるよう、Hymes (1972) の SPEAKING モデルを援用して記述した。

## 2. 「叫び型」談話とは何か

まず本稿で用いる「叫び型」談話<sup>ii</sup>の特徴について、筆者が収集した談話例を手がかりに明らかにしておこう。

<談話例1>は韓国の市場でよく見られる「叫び型」談話の一例で、Sは価格と数量を何度も繰り返し叫んでいる。文末は、「3000원 samcheonwon」という体言止めで終わっており、丁寧な文末表現にあたる「~이요 iyo」や

### <談話例1>

[K市場。売り手 (50代, 男性) はリヤカーの上に野菜を積み、通りかかる人々に向かって大声で呼びかけている。売り手は半そでのTシャツ姿である。]

S<sup>iii</sup> 한 근에 3000원- .한 근에 3000원- .

1斤3000ウォン-。1斤3000ウォン-。

「～입니다 *imnida*」は省略されている。この談話例のように、市場の露天で行われる「叫び型」談話の場合、売り手は必要な最小限の情報のみを提示しており、普通体や丁寧体に関係なく、文末表現そのものを省略する 경우가多くみられた。用いられる語彙も限られており、名詞類が主に使用されている。これは、「叫び型」談話を持つ特徴の一つで、一般の店やデパートにおける売り手の言語使用とは大きく異なっている。

次に提示する<談話例2>のように、丁寧な文末表現が使用されるものもある。体言止めのみとなっていていた<談話例1>に比べ、<談話例2>では丁寧な文末表現「～이요 *iyō*」の使用もみられるが、ここでも主に用いられているのは体言止めの形である。

<談話例2>で特に目立つのは基調の変化である。最初、商品の価格のみを単純に繰り返していた売り手は、その後基調 (key) を変え、同じ内

容の発話をまるで歌うように叫ぶことによって、発話のムードに変化を与えている。韓国の市場における「叫び型」談話は、20代から60代後半<sup>iv</sup>まで、さまざまな年齢層の売り手によって行われているが、日常生活で使われるトーンよりやや大きな発話のものから、日常生活ではほぼみられない、独特の響きのある声のトーンに至るまで、多様な形の基調が用いられている。

通常「叫び型」談話の場合、<談話例3>のように、日常会話によくみられる「やり取り型」の談話と混在して現れるのが一般的である。

<談話例3>で、不特定多数の人々に向かって大きな声で叫んでいたSは、特定の客に対しては普通の会話体に切り替えて、声量や音調を変えている。このように、Sは聞き手が不特定の多数なのか、それとも特定の人なのかによって声の調子を使い分けているが、談話型の切り替えに聞き手が及ぼす影響を具体的にみる事ができるという

<談話例2>

[N市場。売り手 (40代, 女性) はリヤカーを改造して作った陳列台の上に下着を広げ、通り過ぎる人々と陳列台の周りで商品を触っている70代の老夫婦に向かって、腹の底から出したような大声で力強く叫びながら商売をしている]

S	3000 원 <u>이요</u> - 거들은 3000 원, 브라는 2000 원 - (노래 하듯) 거들은 3000 원 브라는 2000 원 -	3000 ウォンですよ。ガードルは3000 ウォン, ブラは2000 ウォン。 (♪) ガードルは3000 ウォン, ブラは2000 ウォン。
---	-----------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------

<談話例3>

[N市場の婦人服を販売する露店。売り手 (50代, 男性) はTシャツに綿パンツ姿のくだけた格好で、リヤカーを改造して作った露店の上にのぼり、通りの人々に向かって大声を張り上げている。陳列台の周りに商品を見る客はいない。そのとき一人の客 (C) が近づいて、商品を詳しくチェックした後、Sに声をかける。]

1S	(지나가는 사람들을 향해 크게 외치며) 자, 골라봐요 골라봐요. 메이커 상품이 5000 원 - 5000 원!	(通る人々に向かい大声で) さあ選んでください, 選んでください。ブランド物が 5000 ウォン, 5000 ウォン! (⇒叫び型)
----	--------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------

2C	(물건을 손에 쥐고 꼼꼼히 체크한 후 S를 향해) 아저씨, 이거 다른 색은 없어요?	(商品を手にとり詳しくチェックした後Sに向かって) おじさん, これ, 他の色はないの?
----	------------------------------------------------	----------------------------------------------

3S	(C의 발화를 잘 듣지 못한 S가 C를 향해) 예, 어머니, 뭐 드릴까요?	(C의發話がよく聞こえなかったSがCに向かい) はい, お母さん, どれにします? (⇒やり取り型)
----	-------------------------------------------	----------------------------------------------------

点で興味深い。

以上で紹介したように、「叫び型」談話は限られたコミュニケーション・リソースを用いて、商品名や数量、価格など、商品と関連した単純な情報などを繰り返して叫ぶ談話を意味する。ただし、大声の発話が本稿でいう「叫び型」談話の前提となっているわけではない。例えば、〈談話例4〉は、まるで一人芝居のパフォーマンスさながらの談話で、滑稽な服装や化粧などをした売り手は通りがかる人々の足を止めている。この〈談話例4〉は、上で提示した〈談話例3〉までとはいくつかの点で異なっている。大声で叫ぶという点では共通しているが、単純な文法構造で限られた語彙や挨拶語などを大声で繰り返す「叫び型」談話に比べ、〈談話例4〉は語彙や文法の面でより精巧な言語的装置を採用している。まさに口八丁手八丁で滑稽さに溢れる売り手の話しぶりを特徴とする〈談話例4〉は「パフォーマンス型」談話の一つに分類でき、「叫び型」談話とは区別されるものであ

る<sup>vi</sup>。

以上で提示したように、「叫び型」談話は、限られた語彙や簡略化した文法を用いて大声で叫ぶ談話のことを指す。談話レベルである発話権 (turn) においての大きな特徴は、〈談話例3〉のように、メッセージの送信者が売り手に限られているという点である。これは、コミュニケーション参加者がそれぞれのことば共同体の相互行為規範に基づいてやり取り (turn taking) を行う通常の会話とは異なる特徴の一つで、特別な事情がない限り、「叫び型」談話では客も売り手の発話権を犯さないという暗黙のルールが存在する。

以上、談話例を手がかりに「叫び型」談話の定義を試みたが、「叫び型」談話は韓国の大型市場の特徴を最も生かした談話型で、大型市場が持つ機能的なことば共同体としての特殊性に貢献している談話リソースでもある。

#### 〈談話例4〉

[N市場。S (30代, 男性) は市場の隅にある店の前の地面に露店を設け、婦人服などを並べて商売している。Sは顔に滑稽な化粧をしており、誇張した作りものの乳房とワンピースで女装をしている。頭にはTシャツをスカーフのように巻くなど、奇抜な格好である。Sは自分がこしらえた露店の前で品物を選んでいる多くのCたちに向かい、独特のイントネーションで声を張り上げて役者のように話している。]

<p>1S 우리 남대문 시장은 조선시대 태종 1404년에 지었던 거요. 올해로 600년을 자랑하면서 오늘 여러분에게 가장 싸게 팔 수 있는 계기가 왔다는 겁니다. 영화배우 엄앵란 씨하고 신성일 씨하고 오셔가지고 - 엄앵란씨가 2장이나 3장 -</p>	<p>この南大門市場は朝鮮時代の太宗の時、1404年に作られたんです。今年で600年を誇るなか、今日皆さまに一番お安くできるチャンスがきましたよ。映画俳優のオム・エンランさんとシン・ソニルさんが〔うちの店に〕いらっしゃいましてねー、オム・エンランさんが2枚か3枚ー</p>
<p>2S 아줌마 - 요거 - 솔직히 요거 요거 3000원에 팔 수 없는데 그냥 3000원에 드리거든! 프리 사이즈 - M 거요! (중략)</p>	<p>おばさんー、これはー、正直言って、これは、これは、3000ウォンでは売れないけどもう3000ウォンで結構です! フリーサイズー、M<sup>v</sup>のですよ! (中略)</p>
<p>3S 아- 인기 탈랜드 김남주 씨가 여기서- 원피스 하나 블라우스 하나 사 가지고- 김승우 어머니한테 선물해 가지고 결혼에 골인한 거 아닙니까-? (이하생략)</p>	<p>あのー、人気タレントのキム・ナムジュさんがここでワンピース1つとブラウス1枚買って、キム・スンウのお母さんにプレゼントして結婚にゴールインしたんですよー。(以下省略)</p>

### 3. 「叫び型」談話に見られる言語遊戯と音楽性, そしてバーバルアート

本章では, 談話の機能と関連して, 「叫び型」談話を公演芸術 (performance) としてのバーバルアート, あるいは言語遊戯という側面から考察したい。Bauman (1977) はバーバルアートを公演芸術 (performance) として特徴づける際に, その本質は「コミュニケーションの要求を遥かに超える表現方式」という Bascom (1955: 247) のことばを引用している。要するに, あるコミュニケーション状況で行われた発話, 特定の指示的内容を伝える以上の役割を果たすという意味である。前述したように, 「叫び型」談話は一般的な日常会話と異なって, 限られた語彙的・文法的リソースを反復によって最大限に活用する談話型である。しかしより重要なことは, Tannen (1989) や Jakobson (1968) も指摘するように, 単純な繰り返しが共振あるいは共鳴効果を与えることで音楽的リズムを創り出し, ことばに芸術性を持たせる機能を果たしているということである。同一文句を, まるで打楽器を叩くように単純に繰り返すことで創り出されたリズム感, 後に紹介する<談話例 5> や<談話例 6>のように, 手拍子や足拍子などの非言語的手段と共起することによって, 「叫び型」談話の音楽的効果を高めている。

反復表現のほかに「叫び型」談話に取り入れられている主な装置のひとつは, Jakobson (1966) が言語の芸術性を実現する重要な道具として取り上げている並列構造である。並列構造 (parallelism)

とは, 特定の音韻や文法, 意味, 韻律 (prosody) 構造の繰り返しによって創り出されるもので, 反復的で体系的な変異を持ち, 発話構造内の可変的あるいは不変的要素が組み合わせられたものである。韓国の市場における「叫び型」談話には, 音韻と音律, 文法, 意味に至るまで, 多岐にわたる並列構造が見られる。

同一文句の単純な反復による並列構造のみならず, <談話例 5>のように「拡張式」あるいは「縮小式」<sup>vii</sup>の並列構造が現れることもある。この談話例で, Sは「15,000 円」という基本パターンに統語的変異を加え, 次のように何回も繰り返している。

- (1) 요런 거 15,000 원  
yoreon geo manocheonwon
- (2) 골라 골라 잡아 메이커  
kolla kolla chaba meikeo
- (3) 자- 15,000 원 15,000 원  
cha- manocheonwon **manocheonwon**
- (4) 골라 잡아 메이커 15,000 원  
kolla chaba meikeo **manocheonwon**
- (5) 자- 무조건 15,000 원  
cha- mujokeon **manocheonwon**
- (6) 자- 15,000 원 15,000 원  
cha- **manocheonwon manocheonwon**
- (7) 가격이 아니야 가격이-  
kagyeogi aniya kagyeogi
- (8) 무조건 15,000 원  
mujokeon **manocheonwon**

#### <談話例 5>

[N市場。売り手 (40代, 男性) は露天の陳列台の上に洋服をならべ, その上に立って通りがかりの人々に向かって大声で叫びながら商売をしている。大声の発話に連動して手や足を交互に叩いたりしている。Sの妻に見られる女性がリヤカーの横に立ち, 客が要求する品物を渡したりサイズの合う洋服を探したりしている。]

S	요런 거 15,000 원. 골라 골라 잡아 메이커, 자- 15,000 원. 15,000 원. 골라 잡아 메이커 15,000 원. 자- 무조건 15,000 원. 자- 15,000 원. 15,000 원. 가격이 아니야 가격이-. 무조건 15,000 원.	こんなのが 15,000 ウォン。選んで選んで, 持ってけメーカー品, さあー 15,000 ウォ ン, 15,000 ウォン。選んで持ってけメー カー品 15,000 ウォン。さあー全部どれで も 15,000 ウォン。さあー 15,000 ウォン-, 15,000 ウォン。こんなの値段じゃないよ 値段じゃー。どれでも 15,000 ウォン。
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

この談話例は、(3)と(6)で2回ずつ叫んだ「15,000 원 *manocheonwon*」を、(1)と(4)、(5)、(8)では1回のみ叫ぶことで、拡張式・縮小式並列を繰り返す構造をとっている<sup>viii</sup>。また、(2)と(7)以外は、最後にそれぞれ「15,000 원 *manocheonwon*」という同じ名詞句を配置させることで、一定の押韻 (rhyme) パターンを創り出している。遊戯性に優れる詩的構造 (verse structure) を持つ押韻パターンは、次に紹介する<談話例 6>でも見られる。

音韻から談話レベルに至るまで様々な並列構造が見られる<談話例 6>をSのポーズを指標に次のように区切ってみた。

- (1) 자- 이보다 싼 데 없다는 거 저렴하다는 거  
균일가로 정리한다는 거 세일가로 원가로  
준다는 거--  
*Chya- iboda ssande eobtaneun geo cheoryeomhada-  
neun geo kyunilgaro cheongnihandaneun geo  
seil-garo wonkaro chundaneun geo-*
- (2) 아라라 하라라 하라라라라- 잡아라 잡아라  
집어라라라-  
*Arara harara harararara- chyabara chyabara chi-*

- beorarara-*
- (3) 자-- 여기가 막 잡아 잡아 잡아 골라 집어  
3000원어요 5000원에-  
*Chya- yeogiga mak chyaba chyaba chyaba golla  
chib-eo 3000 woniyo 5000 won-*
- (4) 자-- 골라 잡아 봐 잡아 봐 골라 보라니까  
3000원씩-  
*Chya- kolla chyababwa chyababwa  
kollaboranikka 3000 wonssik-*
- (5) 자-- 3000원에 골라보라니까 저기한 거-  
*Chya- 3000 won kollaboranikka cheogihan geo-*
- (6) 자-- 여기 세일가로 골라보라니까 3000원에  
5000원에-  
*Chya- yeogi seilgaro kollaboranikka 3000 won  
5000 won-*
- (7) 자-- 골라요 골라요 골라요-  
*Chya- kollayo kollayo kollayo-*
- (8) 자-- 여깁니다 저깁니다 여깁니다 3000원씩-  
*Chya— yeogimnida cheogimnida yeogimnida  
3000- wonssik-*

まず、(1)の並列構造を分かりやすくみるため  
に、以下のように区切ってみよう。

<談話例 6 >

[N市場。V (40代, 男) はリヤカーを改造して作った陳列台の上に女性用のズボンを広げ、通り過ぎる人々と陳列台の周りで商品を手にとっている客に向かって、手を叩いたり足で地面を力強く踏みつけたりしながら、大声で商売をしている。]

<p>S    자- 이보다 싼 데 없다는 거 저렴하다는 거 균일가로 정리한다는 거 세일가로 원가로 준다는 거-- 아라라하라라하라라라라- 잡아라 잡아라 집어라라라- 자-- 여기가 막 잡아 잡아 잡아 골라 집어 3000원어요 5000원에- 자-- 골라 잡아 봐 잡아 봐 골라 보라니까 3000원씩- 자-- 3000원에 골라보라니까 저기한 거- 자-- 여기 세일가로 골라보라니까 3000원에 5000원에- 자-- 골라요 골라요 골라요- 자-- 여깁니다 저깁니다 여깁니다 3000원씩-</p>	<p>はい、さあ、これより安いところはない って。安いって。均一価格で売りつく しするって。セール価格で、原価で提供 するってー。アララ、ハララ、ハラララ ラー。持ってけ、持ってけ、つかんでけ けけー。さあ、ここだ、まあ、つかんで つかんで選んで持ってけ。3000ウォンに 5000ウォン。さあ、選んで持ってけ持っ てけ。選んでったら、3000ウォンに。さ あ、3000ウォンで選んでったら。あれし たものー さあ、こちらセール価格で選ん でたら。3000ウォンに5000ウォンー。 さあ選んでよ選んでよ選んでよ。さあ、 こちらです、あちらです、こちらです。 みーんな3000ウォン。</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- (1)-a 이보다 싼 데 없 다는 거  
 [これより安いところは無いって]  
*iboda ssande eobtaneun geo*
- (2)-b 저렴하다는 거  
 [安いって]  
*cheoryeomhadaneun geo*
- (3)-c 균일가로 정리하다는 거  
 [均一価格で売りつくしするって]  
*kyunilgaro cheongnihandaneun geo*
- (4)-d 세일가로 원가로 준다는 거  
 [セール価格で, 原価で提供するって]  
*seilgaro wonkaro chundaneun geo*

商品の良さを説明している (1) の a から d は, 韓国語の動詞や形容詞における引用文連体形語尾「~다고 하는<sup>18</sup> dagohaneun [~という]」の縮約形にあたる「~다는 daneun」に, 形式名詞「거 geo [こと]」が来る, 統一した構造を持っている。「~다는 거 danuen geo」という同一文句の繰り返しは, <談話例 5>の「15,000 원 manochewon」と同じように押韻として機能し, 一定の韻律を創り出しているが, (1) では韻律創出以外に意味的変異による並列構造も現れている。(1)-b から (1)-d に使われた韓国語の形容詞「저렴하다 cheoryeomhada」, 「균일가로 정리한다 kyunilgaro cheongnihanda」, 「세일가로 원가로 준다 seilgaro wonkaro chunda」は, (1)-a に使われた形容詞「싸다 ssada [安い]」と同じような意味合いを持つ表現であるが, それらの形容詞を「거 geo [こと]」という形式名詞に修飾させることで, 意味的変異による並列構造をとっている。繰り返しによるリズム感の創出に加え, 意味上の並列構造による強調はテキストとしての創作性を, また「거 geo [こと]」への収斂 (convergence) にみられる同一性は詩的創造性を, それぞれ表現しているといえよう。

また, (1) ~ (8) までのうち, (2) 以外は全て「자 chya [さあ]」という注目を引くための談話標識 (discourse marker) で始まっているが, 後ろに来る表現に少しでも変化を与えることで可変的な並列構造をとっている。更に, 「자 chya」とい

うドラマチックな音と単純な繰り返しを組み合わせたパターンは, それ自体で一定のメロディを創り出し音楽的效果を演出している。その他, (3) と (4), そして (6) と (8) では最後に価格を配置させることによって, <談話例 5>のような押韻パターンを創りあげている。価格を叫ぶ時も, 「3000 원 5000 원 samcheonwon ocheonwon」と「3000 원 samcheonwon」を交互に配置させることで, 対句のような修辭的技巧 (rhetorical devices) まで駆使している。

談話レベルの並列構造以外に, 音律 (prosody) の並列構造も見られる。一見, 無作為に声を張り上げているように見える (2) を, 次のように区切ってみた。

- (2)-a 아라라 arara  
 (2)-b 하라라 harara  
 (2)-c 하라라라라 harararara

聞き手の聴覚に訴える音を組み合わせたこのフレーズは, 価格や商品の特徴を宣伝する合間に, もっぱら音楽的效果を演出する目的で用いられたものであり, それ自体ですでにバーバルアートとして機能していると見られる。この発話を行うなかで, 売り手は (2)-a の /a/ を, (2)-b では /ha/ に, 即ち /φ/ のところに /h/ を入れ替えることによって, 単純な効果音にも多彩な変化を与えている。子音の並列構造のみならず, (2) の後半では母音の交代による並列構造も見られる。

- (2)-d 잡아라 집어라 chyabara chyabara  
 (2)-e 집어라라라라 chibeorararara.

ここでは / (y) a/ を /i/ と /eo/ にそれぞれ取り換えているが, 単なる母音交代にとどまらず, 「陽母音」を「陰母音」に切り替えることで生じる語感の変化に注目したい<sup>19</sup>。「(手で) とる」という意味そのものは変えず, 「잡다 chyabta」を「집다 chibta」へ, 即ち陽母音から韻母音に交代することによって, 発話の軽重と明暗も同時に切り替えている。なお, 「잡아라 chyabara」と「집어라

chibeora」の原形である「잡다 chyabta」と「잡다 chibta」は「手で取る」という同じ意味を持つ動詞で、ここでは母音交代のみならず、意味的並列構造も同時に現れる。その他、(8)の「여깁니다 저깁니다 여깁니다 yeogimnida cheogimnida yeogimnida」では、「여기 yeogi [ここ]」と「저기 cheogi [あそこ]」の指示代名詞を入れ替えるといった名詞レベルの並列も見られる。

本章で考察したように、韓国の都心大型市場で見られる「叫び型」談話は、リズムカルな構造や同一音韻の反復、並列、語彙的・統語的・談話的変異という言語的装置を介して、音楽性と詩的構造を備えたバーバルアートが認められるのである。

#### 4. 終わりに

本稿は、韓国の都心大型市場を機能的なことば共同体のひとつであると想定し、ここで発生した自然談話を分析・考察することによって、市場談話に見られる日常言語の芸術性を明らかにしようと試みた。特に、都心大型市場という空間を機能的なことば共同体とみなしうる一つの要素である「叫び型」談話に注目し、事例を手がかりに、「叫び型」談話がどのようなメカニズムによってバーバルアートとなりうるのかを、コミュニケーションの民族誌の方法論を使って記述・考察し、バーバル・アーティストとしての売り手の芸術性・創造性を明らかにしようと試みた。「叫び型」談話の音楽性や言語遊戯を巧みに駆使したバーバルアート性は、市場のことば共同体的な性格を反映すると同時に、その市場の性格にも影響を与えていると考えられる。

<談話例の表記記号>

? : 疑問を表す上昇イントネーション, — : 長く引く音, ( ) : 非言語及びパラ言語行動, あるいは場面の説明, ! : 文末の強調が目立つ, 太い文字 : 強調したい部分, ♪ : 歌うように発話する

#### 参考文献

- 呉恵卿 (2006a). 韓国の市場における商取引談話 一値段交渉場面における売り手と買い手のストラテジーを中心に—大阪大学言語文化学, 15, 119-134.
- 呉恵卿 (2006b). セールス場面における発話順番取りの日韓比較 任榮哲 (編) 韓国人による日本の社会言語学 おうふう社 pp. 69-85.
- 呉恵卿 (2007). 韓国のセールス場面における戦略的言語使用 一呼称の相互行為的機能を中心に—高木佐知子 (編) 言語と文化の展望 英宝社 pp. 539-555.
- 呉恵卿 (2008). 説得場面におけるコミュニケーション・スタイルの日韓比較 —セールス談話の分析から—大阪大学言語文化学, 17, 97-113.
- Bascom, W. (1955). Verbal Art. *Journal of American Folklore*, 68, 245-252.
- Bauman, R. (1977). *Verbal Art as Performance*. Long Grove: Illinois.
- Drew, P. & Heritage, J. (1992) *Talk at Work: Interaction institutional settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gumperz, J. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hymes, D. (1962). The Ethnography of Speaking. In Gladwin, T. & Sturtevant, W. C. (Eds.). *Anthropology and Human Behavior* (pp. 13-53). The Anthropology Society of Washington.
- (1972) Models of the Interaction of Language and Social Life. In Gumperz, J. and Hymes, D. (Eds.). *Directions in Sociolinguistics* (pp. 35-71). New York: Holt Rinehart and Winston.
- Jakobson, R. (1966). Grammatical Parallelism and Its Russian Facet. *Language*, 42, 399-429.
- (1968). Poetry of Grammar and Grammar of Poetry. *Lingua*, 21, 597-609.
- Lindenfeld, J. (1990). *Speech and sociability at French urban market places*. Amsterdam: J. Benjamins.
- (1994). Cognitive process and social norms in natural discourse at the marketplace. *Journal of Pragmatics*, 22-5, 465-476.
- Ohe, H. (2011). Comparative Analysis of Conversational Style in Korea and Japan at Sales Transaction Discourse. *The research of Japanese culture*, 40, 341-367.
- Tannen, D. (1989). *Talking voices: repetition, dialogue, and imagery in conversational discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tsuda, A. (1984). *Sales talk In Japan and the United States*. Washington D. C.: Georgetown University Press.



## 注

- i 本稿で言う「都心大型市場」とは、主に東京やソウルなどの都心に位置する市場のうち、比較的広い敷地に店舗数がおおよそ500以上ある大型市場のことを指す。
- ii Lindenfeld (1990) では、フランス市場での似たいような談話を Vendor-Call と名付けている。
- iii 売り手 (seller) のことで、以下 S と表記する。
- iv 観察に基づいた筆者の推定である。
- v メーカー名。
- vi これについての詳細な分析および考察は別稿に譲る。
- vii 単純な反復による並列とは、同一の文句を多少の語彙的・文法的変異を加えることで、何度も同じように繰り返すことを指す。なお、拡張式の並列とは、時間の経過とともに語彙・文法を少しずつ多様化する形を、そして縮小式の並列とは、時間の経過と共に語彙・文法構造が少しずつ簡略化・単純化していくことを指す。
- viii 「15,000 원 *manocheonwon*」という同一単語が、(1)から(4)まで<1回-2回-1回>、(5)から(8)までも同じように<1回-2回-1回>と現れ、縮小式と拡張式の並列構造を繰り返している。
- ix 動詞の場合は「~(느)ㄴ다고 하는」になる。
- x 韓国語では /a/, /o/ 系の母音を「陽母音」、その他の母音を「陰母音」と区別しているが、「陽母音」は軽くて明るい語感を、「陰母音」は重くて暗い語感を持つ。