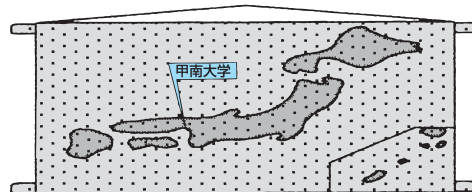


Zephyr

〈第58号〉

ゼフィール・にしかぜ


<http://www.kilc.konan-u.ac.jp>

《特集＊なるほど！異文化理解のためのヒント》

★所長からのメッセージ：異文化理解に関するいくつかの段階	中村 典子	2
〔英語〕 Learning Culture and Language: More than いいとこ取り	Daniel ANDRZEJEWSKI	3
〔ドイツ語〕 ドイツにおけるビール文化と異文化理解	ヤン・アウラッハー	4
〔フランス語〕 知識から実践へ。実践から実存へ。 Savoir, savoir-faire, savoir-être について	ディディエ・シッシュ	5
〔中国語〕 中国語学習と日中異文化理解	胡 金定	6
〔韓国語〕 言葉に見る韓国文化の一端 ―雨の日とチヂミ―	金 泰虎	7
〔日本語〕 異文化に映る自文化 ―4ヵ月間の日本男性についての考察―	谷守 正寛	8

甲南学園創設者

平生鈞三郎

「世界に通用する

紳士・淑女たれ」

「英語＋1（第2外国語）」
教育プログラム

「使える外国語教育」

国際言語文化センター機関紙（年3回刊行）

Conundrum 一難題

ことばとその背景にある文化は密接に関連していて、文化的背景のないことばはありえないとも言えるでしょう。世界の共通語をめざすエスペラントがあまり普及しないのも人工的に作り出した共通語で文化がないのが原因ではないかと個人的には思います。

「文化」ってクセモノですよ。『秘密のケンミンshow』というテレビ番組を時々見ますが、日本各地のその土地の人は当然と思っている習慣や食べ物が、他の県民には驚くべき、変わった、ユニークなものだということを紹介しています。日本国内だけでこれだけ変わっているのですから、違う文化の違う言語を学ぶのはいかに難しいことか、ということです。それだから面白いという面もありますけどね。

アメリカの政治学者サミュエル・ハンティントンが『文明の衝突』を著しました。911を予見したと言われています。ハンティントンは文明間の対立は、特に価値観や文化、制度を他者に強制する過程で生じやすくなると主張します。文化やアイデンティティには内在的に外部者に対する敵対行動の原理を持っているのです。クセモノですね。でも私たちはそういった世界に生きているのです。

文化のクセモノ性について述べましたが、今回の特集は、大きく括ると外国語と文化の関係をそれぞれの言語の先生方が書き下ろしたものです。楽しんでください。（伊庭 緑）

異文化理解に関するいくつかの段階

国際言語文化センター所長 中 村 典 子

最近パリで遭遇した2つの出来事と、あるフランス映画を通して異文化理解について考えます。

1) 見知らぬ人に頼まれて

空港からパリ市内へ向かうバス Roissy Bus を私が待っていると、「自動券売機で間違えてチケットを買ったドイツ人がいるので、チケットと現金を交換してくれないか？」と頼まれました。現金と切符の交換については胡散臭い話を聞いたことがあるので、「あなたは、どういう立場の人ですか？」とその人に尋ねると、「空港で働いている」という返答。困っている人を助けるのは、やぶさかではありませんが、その切符は有効ではないかもしれません。ただ、10.50€（約1,500円）なので「騙されているかもしれないけど、断れないな」と思い、現金と切符を交換。その後、バスに乗り、切符を改札すると大丈夫でした！「無碍に断らなくて良かった」と少しだけ嬉しい気持ちになりました。

2) 久しぶりにタクシーに乗って

Roissy Bus の終点、オペラ座に到着後、タクシーを探しました。フランスでは、駅や空港、その他の場所でも、TAXIS という看板の所から乗車するのが普通です。TAXIS の文字が交差点の向こうに見えました。が、そこに辿り着くまでの途中に一台のタクシーが停車中。長旅の疲れ、スーツケースとキャリーケースを持っていた状況に加えて、「パリでも流しのタクシーが若干ある」と聞いたことを思い出し、「このタクシーに乗れば楽だな…」という考えが脳裏をよぎりました。すると、運転手が出て来て、「近くても大丈夫」と乗車を勧めます。正式なタクシーだったため、乗ることにしました。ところが、荷物をトランクに預け、車が走り始めた時にメーターを見ると13.00€！「数年前、最低料金は5€ほどだったのに…」と不信感が募りました。目的地に着いてメーターを見ると18.50€（約2,500円）。運転手は一見親切そうでしたが、10分で到着できる場所までの料金がそんなに高いはずがありません。トランクに入れる荷物は2個目から1個につき1ユーロ加算、日曜・祝日はメーター料金が高いことを加味しても、結果的にだまされたことには変わりありません。

3) フランスで大ヒット中の映画 *Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu ?* に登場する家族

今年4月に公開されたこの映画（原題の邦訳『私たちは神様に何をしたのか？』）は、フランスでの観客動員数が現時点で900万人を越え、ここ10年で最もヒットした映画となるでしょう。地方の町Chinonで城のような邸宅に住むブルジョワのカトリック信者ヴェルヌイユVerneuil夫妻には、4人の娘がいて、上の3人はそれぞれ、イスラム教徒のアラブ系フランス人、ユダヤ教徒のフランス人、中国系のフランス人と結婚し、家族皆の集まる場では、宗教・習慣の違いから避けるべき話題や食べ物が多い状況。末娘が「私が結婚する相手はカトリック信者」と告白した後、相手がコートジボワール出身の黒人男性であることから様々な出来事が起こる…。ブルジョワでカトリック信者である白人のフランス人熟年夫婦が、宗教・文化・肌の色の違いを乗り越えることができるのかどうかが焦点のコメディ映画。監督のPhilippe de Chauveronは「フランスのカップルの約20%が混合カップルで、ヨーロッパの他国の平均（3%ほど）とは異なることから、この映画を制作した」と述べています。

異文化理解に関するいくつかの段階

1)～3)を異文化理解の段階から考えると、1)は、初めてのコンタクトで、言語・文化の異なる個人を信用できるかどうか、2)は、商習慣の問題に絡んで、取引などで異文化の人とどう付き合うか、3)は、最も深いレベルの異文化理解で、宗教・文化・肌の色が異なる人を、家族の一員としてどう受け入れるかという問題です。皆さんも自分の周りでの異文化理解について考えてみてください。

Learning Culture and Language: More than いいところ取り

国際言語文化センター英語特定任期教員 Daniel ANDRZEJEWSKI

What is your favorite holiday? Is it Christmas Eve when you get ready for a special date or eat fried chicken at home? Is it Valentine's Day when you give chocolates (if you're a woman) or receive them (if you're a man)? Would you be surprised to know that in my country these holidays are not celebrated in that way? Holidays in Japan are a good example of いいところ取り (*Iitokodori*), which means something like "taking only the best part." Japanese culture is famous for *Iitokodori*. Food, technology, holidays, language and even religion have been imported and changed to fit Japanese tastes and preferences.

Why is it important to think about *Iitokodori*? Now you are learning about language and culture at Konan, but you already have a lot of ideas about these cultures. Because Japan is skilled at *Iitokodori*, you have eaten foods from around the world, learned some foreign language phrases or experienced holidays like the ones I mentioned. In many ways this is a positive thing for Japanese. Japan has unique ways of changing and even improving foreign things, ideas or techniques. Cars were not invented in Japan, but now Toyota is the number one carmaker in the world. In 2007, Tokyo had more Michelin stars than Paris.

Iitokodori, however, has a negative side as well. Sometimes the meaning of words and ideas are changed and are not understood by foreigners. Some examples in English: "OL" (administrative assistant), "salaryman" (businessman), "version-up" (upgrade) "claim" (complain). There are a lot of these phrases that you may think are native English but your teacher can help show you what is most natural and understandable.

Another problem with *Iitokodori* is that many things have been brought into Japan without what we call "context." Context is the background information. Context may be the reason for a holiday or tradition. It might be knowing manners or customs from the foreign culture. For example, Christmas and Valentine's Day are holidays that have traditions and religious meanings but in Japan people may see them as chances to buy presents or eat special food. You can find out the original context of certain culture by doing an internet search, asking your teacher, or experiencing it for yourself as you study abroad. Finding out about the background helps us understand another culture better.

As you study a culture and language more deeply, think about your own culture as well. One part of Japanese culture is *Iitokodori* that has good and bad points. Your challenge as a student is to speak in a way that foreigners are familiar with and to know about the original meaning of their customs. Study ALL of the language and culture, not just taking the best part!

Kultur ドイツにおけるビール文化と異文化理解

国際言語文化センター講師 ヤン・アウラッハー

「ドイツ」と聞いて皆さんが思い浮かべることは何ですか。

やはり、「ビール」や「ソーセージ」ではないでしょうか。そこで今回は、ドイツにおけるビール文化について少し詳しく見てみる事にしましょう。実はこのビール文化、ドイツ文化をととてもよく反映しているのです。異文化理解のためのヒントになるものが何か見つかるかもしれません！

まず、ドイツ人は「規則」を好みます。例えば、交通規則なども厳しく「信号は赤で止まり、青で走る」のはもちろんの事、自転車や歩行者の通行する場所も規則でしっかりと決められています。そしてもちろん、ビール造りにも「規則」があります。この規則は、ドイツ語で„Reinheitsgebot”（ラインハイツゲボート）と呼ばれる「ビール純粋令」です。その名の通り、ドイツのビールは、麦芽・ホップ・水・酵母だけの純粋な原料しか使ってはいけません。またこの„Gebot”（法令・戒律）という言葉は、旧約聖書に出てくるモーゼの十戒（Zehn Gebote）にも使われている言葉で、「神からの掟」という意味で捉えることもできますね。今から500年も前に発布されたこの法令は、現在に至るまでドイツ人によって忠実に守られています。

次に、ドイツビールの多様性です。ドイツには様々な種類のビールがありますが、これはドイツの「連邦制」や「地方分権」をととてもよく表しています。19世紀後半、ドイツ帝国（Deutsches Reich）成立までの長きに渡って、ドイツでは自由都市やたくさんの小国が独立していました。そして、それぞれの文化も多様に発展していきました。ビール文化もその一つです。大聖堂で有名なライン川沿いの町ケルンと、そこから電車で30分も離れていない、日本企業の多い町デュッセルドルフでは、普段から異なったビールが飲まれています。ケルンのケルシュ（Koelsch）とデュッセルドルフのアルトビール（Altbier）です。お隣同士の町にもかかわらず、軽くて飲みやすい黄金色のケルシュと赤銅色で濃厚なアルトビールでは、ビールの色も味も正反対です。

また、ドイツの中でも最もビールが有名なバイエルン州では、上述の「ビール純粋令」が当時のバイエルン公国で制定されました。州都ミュンヘンで開かれるオクトーバーフェスト（ビール祭り）には、毎年世界各国から観光客が訪れますが、ここでビールを出す事を許可されているのは、地元ミュンヘンのブルワリーだけです。また、バイエルンは方言の強さでも有名ですが、ビールの種類（名前）も一筋縄ではいきません！ „Dunkles Helles” — その名も「色が濃くて淡い」ビールです。どんなビールか気になる人は、ぜひバイエルンまで足を延ばしてみてください。

もう一つ付け加えると、ドイツビールは種類が多様なだけでなくその消費方法（飲み方）も様々です。先ほどのケルシュは200mlのグラスで飲むと決まっていますが、グラスが空になるとすぐにウェ이터が2杯目を持ってきます。3杯目、4杯目とわざわざ注文する必要はありません。「もう結構です」という合図は、グラスの上にコースターを置けば良いだけです。反対に、バイエルン地方では0.5～1ℓの大ジョッキが標準サイズですが、おかわりが欲しくてウェ이터を呼んでも、なかなか来てもらえずに待たなくてはならない事もしばしば……。

以上のようにビール文化を通して、ドイツには異文化が混在していることが少し分かってもらえたでしょうか。ちなみに、グラスにビールを注ぐときに生じて良い泡の量もバイエルン州では「規則」で決まっています。最後に私の出身地、勤勉や発明家精神で有名（!?）なベンツやボルシェの本拠地、シュトゥットガルトは、ドイツ国内では有名なワインの産地であり、ここではビールよりワインの方が好んで飲まれています。「ビール」と「ソーセージ」で有名なドイツ文化ですが、実はなかなか奥が深いと思いませんか。これを機に、皆さんもぜひドイツの中の「異文化」に目を向けて見て下さい！

知識から実践へ。実践から実存へ。 Savoir, savoir-faire, savoir-être について

国際言語文化センター教授 ディディエ・シッシュ

外国語学習には、以下のような段階があります。

その第一が、savoir（知識）を習得する段階です。知識を習得した後は、穴埋め練習や短い文章の翻訳練習をして運用力をつけます。

第二段階では、外国語の実践力を習得することが目標です。この段階では、フランス語の中身を細かく学習するのではなく、フランス語で具体的に行動できることをめざします。具体的な目的の達成に至る能力をつけるための「行動に基づく言語習得アプローチ」に基づいて、様々なシチュエーションを想定して、それに必要な単語や表現を覚えていきます。フランス語自体に関する知識ではなく、コミュニケーション、つまり意思疎通のためのsavoir-faire（ノウハウ）を習得します。学習者は、「フランス語を使える」という満足感を得るでしょう。

このノウハウを確立するためには、フランス語圏に滞在するのが一番いい方法です。なぜなら、外国語運用能力と同様に重要なのが異文化を理解することであり、異文化を理解するためには、そこに行くのが一番だからです。

さて異文化を知るとはいったいどんなことでしょうか。具体的な幾つかの注意点を知ることによって、異文化理解能力は非常に高まり、コミュニケーションもスムーズになります。例えば、フランス人にとって、沈黙は「賢者の証」ではありません。敵意や無関心の表れか、意見を持たない愚か者と思われるてしまいます。同様に、「わかりません」という答えは絶対に避けましょう。無知な人だと思われるてしまいます。言葉少なに控えているよりも、しつこい程自分の意見を述べるほうがいいでしょう。日本社会を一步出れば、「言わなくても通じる」とか「周りが察してくれる」といった慣習はありません。また、フランス人は政治に大きな関心をもっていますので、現代の日本の政治や社会に関する説明ができることが望ましいでしょう。様々な質問を想定して、前もって考えをまとめることは、外国語学習に限らず、社会に出てからも、きっと役立つはずです。同時に、気をつけなければならない話題もあります。フランス人は「プライバシー」の意識が非常に強いので、信仰など個人の内面についての話題は避けたほうがよいでしょう。また、女性の容姿を褒めたりするのも控えたほうがよいでしょう。日本人は、お世辞で、女性に「きれいですね」といいますが、一般的なフランス人女性には、こういうお世辞は、さほど嬉しいことではなく、話し手の印象が、かえって悪くなります。くだけた表現を使う場合も、慎重にしないと、話し手の「品性」が疑われてしまいます。これは、どの文化でも同じです。言葉使いやライフスタイルも社会的な階層により様々なので、外国人は、自分の言葉には、特に注意することが賢明です。

「非言語的」な要素も大事です。例えば、話すときは、相手の目を見ることが大事です。フランスでは、人の目を見ない人は、不誠実だと思われるてしまいます。

このように、外国語を学習し外国人を相手にそれを実践することは、大きなチャレンジであり、神経の疲れることです。異文化ショックで大きな衝撃を受けることもあるでしょう。自分の思いが通じ目的が達せられた時の満足感がなければ、誰しも途中で投げ出したくなるでしょう。外国語学習の苦労とそれが報われたときの達成感との間に、上手にバランスを取る。それが、第3段階のsavoir-êtreの能力なのです。

Êtreとは、フランス語で「実存」・「存在」という意味の最も重要な言葉です。「savoir-être」を直訳すれば、「(自分自身の) ありかた」となります。外国語学習には、知識や実践力が不可欠ですが、学習者にとって、それがプラスにならなければ意味がありません。外国語を学習し異文化を理解することが、学習者の生活や更には人生を充実させることに繋がるのが究極の目的です。

心を開いて、外国語とそれを培う異文化を知る。そして、それを受け入れる。それが自分の人生を豊かにすることに繋がると信じてがんばって下さい。

「文は人なり、言は心の声なり、言葉は民族なり」という言葉があります。語学学習は民族の特質を知る一つの手段として非常に有効なものであり、異文化との遭遇の連続です。日本文化と中国文化は同じ漢字文化圏に属しているため異母兄弟のような関係だと言われていますが、言語だけ見ても全く異なる文化を有しています。今回は中国語と日本語の表現の相違を中心に、幾つかの実例を挙げてみたいと思います。

日本は二千年以前から古代中国と人的な交流、文化的な交流を行ってきました。中国から漢字を導入し、漢字仮名交じりの表現形式をとりましたが、漢字に日本特有の意味や文化を注ぎ込んだものもあります。そして、日本にしか存在しないものは漢字作りの法則に即して、「国字」を作り出しました。そこから、日本文化を背負うようにして大和言葉を創出しました。だから、日本語で育った日本人は、日本人らしい日本人になるとされています。言語は民族そのものであるからです。同じ漢字を使用している、日本語と中国語は違う言語体系になりますから、当然のことながら中国語で育った中国人は中国人らしい中国人になるのです。中国語と言っても、国土が広く民族も五十六ある「多民族多言語」の国ですから、日中両国の文化背景の相違もかなり大きいものであることが分かります。

言語そのものを簡単に比べてみますと、中国語はあまり省略しない言語だといわれています。甲南大学における初級中国語教育の段階で学習する簡単な挨拶用語を実例に見てみましょう。

1. 「こんにちは」 ⇒ 你好 (ni hao)!
2. 「お元気ですか」 ⇒ 你身体好吗 (ni shenti hao ma)?
3. 「よろしくお願いします」 ⇒ 请你多多关照 (qing ni duoduo guanzhao)!
4. 「ただいま」 ⇒ 我回来了 (wo huilai le)。
5. 「お帰りなさい」 ⇒ 你回来了 (ni huilai le)。
6. 「いただきます」 ⇒ 我(不客气地)吃了 (wo bu keqi de chi le)。



上記の1～6の例文から分かるように、中国語の挨拶用語の中には主語の「你(ni) あなた」や「我(wo) 私」が必ず入っています。一方、日本語は「(あなたは) お元気ですか」「(私は) いただきます」などのように主語を省略する傾向にあります。いわゆる「以心伝心」の文化です。

次に、日本人と中国人との意思疎通上の言語表現の特徴を見てみたいと思います。「你快说呀! 你不说我怎么知道呢? (ni kuai shuo ye. ni bushuo wo zenme neng zhidao ne?)」は何かあった時に自然と口から出てくる言葉ですが、日本語に翻訳してみますと、「早く言いなさい! 言わないと、分からないじゃないか」になります。日本語で聞いたら大変さつく聞こえますが、中国人の間では特に怒っていない時でもよく使います。中国人ははっきりした言葉をもって相手に伝達するという表現形式を取ることがよく分かります。言い換えれば、日本人の「以心伝心」や「言わぬが花」という日本語、日本文化ならではの表現形式は中国人には通じないことになります。また、「空気をよむ」とか「緊張した空気に包まれる」という「空気」を中国語で表現しますと、「辨风向 (bian fengxiang)」、「充满紧张气氛 (chongman jinzhang qifen)」になり、「風の向き」と「雰囲気」に変わります。同じ漢字でも意味が違うことが多々あります。

さらに、日本人の文化として根付いている「気配り」は日本語にもさまざまな形で表れています。言語学で言えば、「非言語コミュニケーション (NVC)」です。「目は口ほどに物を言う (眼睛像嘴一样会说话 yanjing xiang zui yiyang hui shuohua)」といった諺にも示されているように、日本人はコミュニケーションを取る際、顔の表情、顔色、視線、身振り、手振り、体の姿勢、相手との物理的な距離の置き方などを大変重視してコミュニケーションをとっています。一方、中国人は「直言不讳 (zhi yan bu hui ありのままを言って遠慮しない)」という直接言葉表現法を使います。

中国語の学習はつまり、言語を含めた中国文化そのものを学ぶことになります。日中の文化背景、言語表現法の違いなどを知ることは、「事半功倍 (shi ban gong bei 半分の労力で倍の成果を上げる)」となり、中国語をマスターする近道となるでしょう。

言葉に見る韓国文化の一端 ―雨の日とチヂミ―

国際言語文化センター教授 金 泰 虎

文化に関することを論ずる際、いつも立証が難しいという問題に直面します。なぜなら、文化というのは、ある意図を持って移植しない限り、その発生・融合・変遷などが自然、かつ偶発的な側面が強いとも言えます。したがって、説得力のある論を導くためには、諸事情や諸条件を総合的、かつ論理的に考えないといけないのです。

その一例として、韓国社会で雨が降る日、「雨が降るからチヂミを焼いて食べようか」という話を取り上げることができます。韓国のチヂミ (찌짐, 전, 부침개) とは、「日本のお好み焼きのようなもの」と理解して差し支えがないでしょう。その材料は、日本における揚げ物の材料のように多種多様ですが、ニラやネギがよく使われ、焼いて食べるには手間がかかる料理です。



この雨とチヂミに関する話は、農業が社会の経済を支えていた時代、つまり農業社会ではよく耳にすることがありました。今の時代でも日本におけるBSフジの番組 (2012年)「巡 韓国」(第8回 宝物に満ちた海港 釜山)で確認ができます。特に「巡 韓国」の映像の中では、東萊のネギチヂミ (파전) は「雨が降ると食べたくなる」、また「雨が降ると思い出す」という形で表現されています。

ところで、雨やチヂミは時代によって、その位置づけが異なるため、時期を明確に区切って論ずる必要があると考えます。本稿は、近代国民国家成立期以降、産業社会に移行する前段階までの期間、すなわち農業社会を前提としています。時代によって雨とチヂミに関する認識の相違があることについては、稿を改めて述べることにします。

では、農業が社会の経済を支えていた韓国社会では、なぜ雨が降ったらチヂミを焼いて食べたり、思い出したりするのでしょうか。この疑問を解き明かすためには、農業社会における天気・休日・労働形態などを総合的に考える必要があるでしょう。

農業社会における農作業には多くの人手を必要とし、ほとんど家族総出で農業を営んでいました。それに加えて晴れの日には、いつも畑や田んぼに出て農作業に明け暮れます。農繁期には、猫の手も借りたほど忙しく、連休も日曜日もない労働の日が続きます。このような状況のもとでは、手間のかかるチヂミを食べたくても農作業に追われて簡単には食べられません。その中でも唯一の安息日、つまり手間のかかる料理ができる日がありました。それが雨の降る日でした。雨が降ると、農作業ができず、家にいられるため、時間をかけてチヂミを焼いて食べることができるのです。そこで、雨が降る日にチヂミを焼いて食べるという話が生まれたと思われます。

ところで、ほとんどの農作業というのは雨が降ると中止しますが、田植えの時だけは雨の中でも蓑 (ミノ) をかけて農作業をします。田植えは、その時期がずれると収穫に影響してしまいます。なお、田植えは大人数を必要とする作業であるため、隣近所が家ごとに順番を決めて「結い (家相互間で双務的に力を貸し合う労働慣行)」で共同の農作業を行いますので、延期はその後の作業に混乱を引き起こします。したがって、この田植えだけは雨と関係なく農作業を続行するのです。

このように、韓国語の中で雨の日とチヂミが関連しているのは、農業社会の環境のもと、天気・休日・労働形態から作り出されて定着した話だと言えます。グローバル化時代の今でも、話の中で雨とチヂミが語られていますが、それは農業社会に形成された文化の名残でしょう。

異文化に映る自文化

—4ヵ月間の日本男性についての考察—

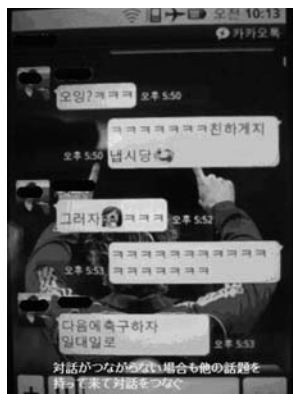
国際言語文化センター准教授 谷 守 正 寛

異文化は互いに重なるもので「多文化」と言う方がよいかもしれません。私がかつて教えた留学生（カンさん）のレポートにとっても面白いがあるので以下に紹介し（タイトルは上副題）、多文化理解のヒントにしたいと思います。紙幅の関係上、一部を抜粋・縮約します。

私が日本に来て4ヵ月の間、日本で見た日本男性についての私の考えを率直に書いてみようと思います。今最も悩んでいる問題は日本男性です。前から日本男性と会ってみたいと思っていました。韓国男性との違いは、日本男性だけの特徴は何だろうかとずっと気になっていたので。今この計画はもしかして無理かもしれないと思っています。韓国女性は好きな男性に先に告白して付き合うことは、非常に不幸な結果をもたらすという考えを持っています。いくら好きでも相手が告白するように誘導します。女性の自尊心です。韓国男性は好きな女性にすいすい近付き、「十回ぶった切って倒れない木はない」という韓国の諺があるように、いずれ付き合うことになります。韓国男性は毎日連絡してデートの申し込みをし、付き合うために戦争をするというのが適切な比喻です。先にアプローチ的な行動を示し、メールも先に送ってあげます。話がつながらない時でも他の話題を持って来てつなぎます。相手が困るような短い返事をせずに、新しい質問を作って送信します。日本男性はこのようなことが全くありません。日本男性についての考えを書くと、もしかしたら日本男性に対してだだをこねるとか残念な感情を表すことになるかもしれません。サークルや飲み会を通じて日本男性に感じた点は次のとおりです。(1)女性がいても絶対に先に話しかけません。(2)特別な状況がなければメールを送りません。(3)メールの返事は自分の答えだけで終えます。(4)偶然会っても目を避けて先に挨拶をしてくれません。つまり、ほとんどの日本男性は消極的で恥ずかしがり屋です。このような経験をした後、日本男性は好きな女性ができたらどのような行動をするのかと気になりました。面白い特徴があります。消極的で恥ずかしがり屋の日本男性に私が先に近付いて話しかけてみれば全て親切に答えてくれ、短いメールだけ送ってきた男性も直接会えば親切に話してくれます。恐ろしく見えた男性も無口な男性もすべて親切です。飲み会で話し合ったら第一印象とは全く違う結果をもたらしました。皆親切で優しくかったです。日本男性は私たち留学生が先に話しかけるのを待っていたのかもしれません。私は今日本で男性に先に近付いて話しかける方法を学んでいます。韓国では女性としてのプライドを守り消極的で異性関係での主導権を男に任せました。しかし日本ではこんなことは通じません。ずっと待っていれば何もできないで終わってしまいます。だから今私は先にメールを送る方法や先に話しかける方法を学びながら、しっかりと実践しています。

韓国男性 ▶

私も積極的ながら、はっきり言わないでクククとだけ送ると、新しい話題を持って来て、対話をつなぎます。



日本男性 ▶

私が質問し、自分の答えだけ送り、もう言う事がなくて対話がつながりません。



個人差もあるでしょうが、面白いですね。ニッポン男児とはかくたるものだったのでしょうか。さて、恋愛文化があるとすれば、何か自文化を知るきっかけ、多文化理解のヒントになったのでしょうか。