

中国語Wechatコミュニケーションに関する研究動向の概観

A Review of Research Findings in Chinese Wechat Communication

楊 虹

YANG Hong

【キーワード】 中国語母語場面 Wechat 相互行為 SNS 機能

1. はじめに

1.1 目的

今日では、LINE等の通信アプリを用いたオンラインチャット等の会話は若者にとって、コミュニケーションの主要な形態の一つとなっていると言っても過言ではないだろう。モバイル・メディアやコミュニケーションツールの進化と多様化に伴い、私たちの日常のコミュニケーションのスタイルにも変化がもたらされていることが予想される。また、時空間を超えていつでもやり取りができるため、SNSは日本の大学生と海外の日本語学習者の間で異文化間交流活動のツールの一つとして幅広く利用されている。しかし、異文化接触場面のSNSコミュニケーションについて、これまで研究が少なく、まだ解明されていないことが多い。

接触場面のSNSコミュニケーションの解明において、三宅（2011）で「ことばが特定のメディアで使われるとき、そのメディア特性が何らかの形で影響を及ぼす」と指摘しているようにメディアの特性の解明が不可欠である。同時に、非母語話者（学習者）の母語場面の会話のスタイルは接触場面のやり取りに影響することも様々な対面のコミュニケーションで実証されており（Yamada1997、徐 2006、楊 2022 等）、SNSコミュニケーションにおける非母語話者の母語場面での会話スタイルの解明も必要である。筆者は、日中接触場面のSNSコミュニケーションの解明を目指しており、その第一歩として、学習者の母語場面、すなわち中国語母語場面のSNSコミュニケーションのスタイルを明らかにする必要があると考える。本稿では、中国語母語場面のSNSコミュニケーション（以下ではWechatコミュニケーション）¹ 研究の準備として、中国語母語場面の研究を概観し、中国語母語話者のWechatコミュニケーションに関する研究で得られた知見を検討し、今後の研究の展望について述べる。

1.2 Wechatとは

Wechatは、中国でユーザー数が最も多いソーシャルメッセージングアプリの1つであり、2011年テンセント社によって開発され、2016年には、中国国内のスマートフォンユーザーの94%をカバーしているという。世界200以上の国で20以上の言語でサービスを提供している。2023年現

1 中国国内では、LINEやWhatsApp、KakaoTalk等、他国のSNSの使用が制限されている。

在、メッセージングアプリの月間アクティブユーザー数は、13億人以上に上る²。

Wechatのチャット機能においては、文字メッセージのほか、スタンプや絵文字等のビジュアル表現（中国語では「表情」または「表情包」と言う³）、ボイスメッセージ（60秒以内）、写真と動画のやり取りができ、また音声通話やビデオ通話等もできる（図1参照）。これらの機能は、日本で普及しているLINEとほぼ同じである。



図1 Wechatの画面例

1.3 本稿の立場と構成

本稿は、中国語母語話者のWechatコミュニケーションの特徴に焦点を当てた論文を概観する。ただし、ビジネスや医療、福祉等特定の場面におけるWechatの役割や利用実態に関する研究や、Wechatの技術的な側面に焦点を当てた研究は対象外である。また、Wechatを語学教育に利用した実践研究やEFLについての研究も対象外とした。本稿では、日常のコミュニケーションツールとしてのWechatの使用実態や中国語母語話者のSNSコミュニケーションの特徴の解明を目的とした研究を対象とし、1. 文字表記や表現に注目した研究（2章）、2. 文字・音声等送信モードの選択に注目した研究（3章）、3. 絵文字やスタンプ等ビジュアル表現に関する研究（4章）、4. 特定の発話行為に関する研究（5章）、5. 相互行為としての会話の特徴に関する研究（6章）、の順に概観し、これらの研究で得られた知見を検討する。最後に7章で、中国語母語話者のWechatコミュニケーションに関する研究の流れをまとめ、今後の展望を示す。

2. 文字表記や表現に注目した研究

厳密に言えば、Wechatの研究で表記や表現に言及しないものはないが、本章では文字表記や

2 https://baike.baidu.com/item/%E5%BE%AE%E4%BF%A1/3905974?fr=ge_ala より（9月20日閲覧）。

3 「表情包」は、厳密には、表情（ビジュアル表現）のパッケージを指すが、「表情」と区別せずに、同じ意味で用いる場合も多い。その場合は、主にスタンプを指す。

表現のみに着目した呂 (2016) を取り上げる。呂 (2016) では、Wechatにおける文字表記の特徴及び問題点の解明を目的としている。調査方法について、質問紙調査とインタビューという記述があるが、具体的な調査内容や分析方法は明示されていない。呂 (2016) では、Wechatの文体の新しい特徴として、1. 文体の口語化、語気詞、擬声語等の多用、2. 文字と非言語記号の併用、3. 簡潔化と個性化が挙げられている。また、語彙、文法、文字表記及び表現についての問題を指摘している。具体的には、語彙では、低俗な語、自己流の造語、文法では、文成分の欠如、助詞の誤り等統語的誤り、文字表記では、漢字の誤変換、表現では、低俗なもの、迷信、過度の誇張等、非規範的な使用を挙げている。

呂 (2016) は、規範的でない表現については、創造的な記号、絵文字の使用や、方言の借用は親しみを感じさせ、萌えを狙いとした量語の使用は中国語の語彙を豊かにすると述べ、そのコミュニケーション上の役割について言及した。また、言語接触等による言語の混合や、新奇性を狙った誤変換等は、一時的なものだと評した。

呂 (2016) は、早い時期にWechat上の文字表記に着目した論文で、評価に値する。しかし、呂 (2016) が問題として挙げている現象は、必ずしも問題とは断言できないのではないかと考える。例えば、文成分の欠如や助詞の誤り、統語的誤り等は、話し言葉の特徴が多く見られるオンラインコミュニケーションにおける「打ち言葉」の特徴⁴として捉えることもできよう。文字表記で見られた新しい事象を問題と捉えるか、それとも一定の機能・役割を果たす要素と捉えるかは、研究者の主観ではなく、実際に文脈の中で観察し実証的な分析をしたうえで考察する必要があると指摘できよう。

3. 送信モードの選択に注目した研究

Wechatでは、文字や絵文字等視覚モードのほか、ボイスメッセージという聴覚モードによるメッセージの送信ができる。ボイスメッセージは、主に日本で用いられるLINEにおいても同様に利用できるが、言及する論文は管見の限りない。実際に使用する人が稀であろうと推測する。一方、中国ではボイスメッセージの使用はよく見られ、文字メッセージかボイスメッセージかといった送信モードの選択に注目した研究が見られる (王・董 2017、鄭・董 2023)

王・董 (2017) では、Wechatのテキストメッセージとボイスメッセージの選択による対人コミュニケーションとの関連を探ることを目的として、113人の大学生による対面での筆談 (Wechat上) という座談会形式で、調査を行った。文字での送信を好む (20人) 人が音声での送信を好む人 (2人) より多く見られるものの、音声、文字のどちらかと明確な意思表示をしない人が91人で最も多かった。音声での送信を好む理由としては、「1回の送信で情報量が多い」、「感情面で語気等がわかる」、「親類等に送信する機会が多い」、「他の行動と同時にできる」、「省エネ」等が挙げられている。一方で、文字での送信を好む理由としては、「内容が目立つ」、「意味が明確」、「ど

4 例えば分割送信 (西村・中村 2015) というチャットでよく見られる現象は、メッセージ単位で捉えれば文成分の欠如とも捉えられる。

こでも送信できる」、「受信者に便利」、「知らない人には文字」が挙げられている。

音声での送信を好む理由は、送信者側の都合によるものがほとんどであるのに対し、文字での送信を好む理由に、受信者側の状況への配慮という視点が見られ、文字か音声かというモードの選択に送信者と受信者の上下関係等に関わる可能性があるとして王・董 (2017) は指摘している。また、画像や表情を示すビジュアル表現は、場合によっては実際の音声よりも、感情が効果的に伝達されるのではないかと述べ、音声モードは、現実と虚構を融合したものであるとすれば、文字とビジュアル表現の入力モードは、新たな虚構を構築するものだという。感情がより効果的に伝達されるのはどちらかについては、今後さらなる検証が必要であるが、視覚モードで捉える世界は新たに構築された虚構の世界という指摘は興味深い。

王・董 (2017) は大学生のみを対象とした研究だが、鄭・董 (2023) は 19 歳から 60 歳まで、幅広い世代を対象に、文字メッセージとボイスメッセージの選択について、半構造化インタビューを実施した。分析の結果、対象者の年齢と学歴、職業による文字・音声の選択に一定のパターンが見られたという (表 1 参照)。

表 1 Wechatによる音声と文字の選択の一覧表 (鄭・董 2023 : 149 より作成)

送信モード	音声のみ	主に音声	主に文字
年齢	高い	比較的高い	低い
学歴	低い	比較的低い者が多い	高い
職業・職場の特徴	定年退職者 フリーランス	迅速な対応が必要な職場	国営企業等真面目な職場 学生

音声と文字の選択には、能力と状況という 2 つの要因が見られる。能力とは、入力の手速や文字を選択するのに必要な視力等身体的な能力を指す。高齢者、低学歴者の場合、これらの能力の低下や制約があるため、音声モードを選択するという。状況は、送信者のいる場所や周囲の環境等物理的な状況と、相手との関係性 (上下、親疎) という 2 つを含むが、物理的な状況よりも関係性のほうが送信モードの選択により強く働くという。つまり、Wechatの使用者は目上の相手に対しては、礼儀正しく振舞おうと、文字メッセージしか使用せず、スタンプも使用しない等、相手のコミュニケーションスタイルに合わせるといった配慮をする。一方で、地位が同等の相手または親しい友人には、親しみを感じさせ、距離感を作らないように振舞い、目下の相手には、音声を多く使うという。

鄭・董 (2023) と王・董 (2017) の結果からは、大学生には、受信者への配慮から文字モードを選択する傾向があることが示唆された。ただし、若い世代においても、音声モードを完全に排除しているのではなく、相手との関係性や状況に応じて、送信モードの選択または切り替えを行っていることが推察される。しかし、両研究とも、Wechatの使い手の内省を分析対象としているため、実際にどのような状況において送信モードの切り替えが行われるのか明らかではない。今後実際のやりとりを分析することにより、送信モードの選択の実態がさらに解明され

るだろうと期待される。

4. ビジュアル表現に着目した研究

中国では、顔文字、絵文字、スタンプ等のビジュアル要素をまとめて「表情」または「表情包」という。中国語の「表情」はビジュアル表現全般を指し、「表情包」は、主にスタンプを指す。Wechatの表情包は、誰でも簡単に制作し発表することができる。様々な表情包がSNS上で飛び交い社会現象となり、2016年の流行語に選ばれるほど注目を浴びていた（『中国語言生活状況報告（2017）』）。一方で、ビジュアル表現に対するネガティブな見方もあり、まずその流行の背景に、SNSにおける浅い読み方や、ながら読みといったSNSコミュニケーションの特徴が影響しているという指摘が見られる（楊 2020）。また流行りのビジュアル表現は、「醜さを愛でる」⁵のものであり、中国社会の伝統的な審美的感覚を破壊するといった批判もされている（楊 2020）。さらにコミュニケーションへの悪影響として、ビジュアル表現の多用は断片的なやり取りによる「表現の貧困化」（李・孫 2020）や、理性的な思考力や言語コミュニケーション力の低下を招くと警鐘を鳴らしている（楊 2020）。しかし、これらの論説は実証的な研究ではなく、個別の例や現象を挙げて論じただけだった。思考力やコミュニケーション力へのマイナスな影響をどのように実証できるか、より慎重な議論が必要であろう。

上記のような批判的な見方があるものの、Wechatコミュニケーションについて最も多く見られるのは、ビジュアル表現の使用に関する研究であり、ビジュアル表現への関心の高さが窺われる。以下では、ビジュアル表現の使用について、1. ビジュアル表現の種類や意味に着目した研究、2. ビジュアル表現の使い手の意識に関する研究、3. ビジュアル表現の機能や役割に関する研究、4. 世代や異なるスピーチコミュニティによる違いに注目した研究の順に概観する。

4.1 ビジュアル表現の種類や意味⁶に関する研究

ビジュアル表現の種類について言及した研究に、Chen & Siu (2017)、Tang (2021) がある。

Chen & Siu (2017) はインタビューや質問紙調査を行った結果、良く用いられるビジュアル表現の種類について、①デフォルトの絵文字、②面白いスタンプ、③かわいいスタンプの順となっている。Tang (2021) は、スタンプだけに着目して、大学生のトーク履歴をデータに用いて分析した結果、文字付きスタンプ、文字無しスタンプ、文字付き動くスタンプ、文字無し動くスタンプという4種類のスタンプを挙げ、「文字無し動くスタンプ」が最も多く（69.1%）見られると指摘している。

また、ビジュアル表現の意味について、異なるアプローチで3つの研究が見られた。Chen & Siu (2017) は、質問紙調査で、よく使用される「表情包」の意味は、多い順で「楽しい」「言う

5 中国語で「審醜表情包」というのがある。「醜さを売りにする」ようなスタンプを指す。

6 個々のビジュアル表現の持つ局所的な、語彙の意味を指す。

ことない」「悲しい」「ハロー」「バイバイ」「ありがとう」と報告している。しかし、調査方法が質問紙だったため、実際の使用状況を調べたとは言えない。どのような意味を持つ「表情包」をよく用いるかについて、相手や話題に左右される部分が多く、会話という文脈の中で調査しなければ、ほとんど意味をなさないのではないかと思われる。

一方、劉ら (2019) では、グループチャットの会話履歴から抽出した「表情」を分析し、絵文字の意味の変化について指摘している。同じ表現でも文脈によって意味が異なる場合があること、本来ポジティブな意味で使われる表現が、若年層 (90 年以降生まれ) には皮肉や、ネガティブな意味で使われるようになった場合があると指摘している。世代によって意味の捉え方に違いがあることが示された。

また、同じくチャットの履歴を分析したもので、Tang (2021) は、プロジェクトのために作られた大学生グループのチャットを対象に、スタンプの送り手の意図と受け手の解釈のずれを分析した。その結果送り手の意図と受け手の解釈が一致しないものは全体の 37% を占め、ビジュアル表現の意味の曖昧さが示唆された。Tang (2021) ではスタンプの種類において「文字無しスタンプ」が最も多く用いられていると報告しているが、文字無しスタンプの意味が多義的で曖昧である (西村・中村 2015、三宅 2019ab) ため、解釈のずれにつながった可能性が考えられる⁷。ただし、Tang (2021) によれば、送り手の意図と受け手の解釈にずれが生じたものの、コミュニケーションに悪い影響は見られず、スタンプの受け手はスタンプの意味についてさほど注意を払っていないと推察している。スタンプの多義性と意味の曖昧さについて、LINE を分析している西村・中村 (2015)、三宅 (2019ab) も指摘しているが、実際にどのような解釈のずれが起こるか検証を試みた Tang (2021) は非常に興味深い。

4.2 ビジュアル表現の使い手の意識に関する研究

ビジュアル表現の使用意識について、比較的多くの研究が見られる。Wang (2019) は、「印象管理のために視覚表現を活用するリテラシー」という観点から捉え、20-26 歳の若者 30 人への半構造化インタビューを行い、若者のビジュアル表現の使用意識を分析した結果、会話の場面における配慮と会話の相手に対する配慮という 2 点を指摘している。会話の場面においては、1. 文字と様々な形式の視覚的表現のバランスへの配慮、2. 話題によって使わない場合も含めて話題との適合性への配慮、3. チャットの開始部では立て続けにスタンプを送りつけない等会話の展開による使い分けといった配慮が挙げられている。一方、会話の相手に対する配慮については、相手のビジュアル表現の使用状況に応じた調整を行い、相手に与える印象や、自己イメージの形成を管理するという。Wang (2019) は、ビジュアル表現の使用は、文化に埋め込まれているリテラシーであり、理解し適切な使用にはその文化的リテラシーが必要だと主張している。

同じく半構造化インタビューの手法を用いた蔡 (2022) も、相手によるビジュアル表現の使

7 Tang (2021) では、解釈にずれのあったスタンプのうち文字無しスタンプの占める割合については示していないが、例で示したものはすべて文字無しである。

い分けを論じた。蔡 (2022) は、Wechat コミュニケーションにおける「相手によってビジュアル表現を使い分ける」現象をゴフマンの演技・演劇の理論 (行為と演技) (Goffman1959) を援用して論じている。すなわち、Wechat コミュニケーションは、表舞台 (チャットのやり取りの画面)、中間①入力画面、中間②表情を収集する行為、裏舞台 (本人の意識や考え) と4つのステージに分けられ、基本的には裏舞台を第三者に覗かれることはないため、様々な表舞台で、異なる振る舞い、すなわちイメージ操作が可能となるという。ただし、裏舞台での操作の失敗によるビジュアル表現の誤送信で、意図したものとは異なる表舞台のイメージを見せてしまうことも起こりうると指摘している。

また、同じく使用意識の調査と位置付けられる研究で、何 (2022) と解 (2022) は、使用動機の解明という目的で、質問紙調査を行っている。何 (2022) は大学生を対象とした質問紙調査であり、因子分析を行った結果、使用動機について、1. 表出、伝達上に必要 (感情や思いを表出する、文字で伝わらない部分を補う、会話の場に瞬時的に溶け込む)、2. 情報の獲得と伝達、3. 娯楽の動機 (楽しさ、リラックス、時間つぶし、満足感を得る) という3つの因子を抽出し、ビジュアル表現の使用にはポジティブな影響が見られ、大学生の対人コミュニケーションを促進する役割を果たすと結論づけた。

一方、解 (2022) の質問紙調査の対象 (560人) は若者世代 (1990年以降生まれ) に限らず、1960年代生まれのいわゆる若者の親世代に及んでいる。分析の結果、親世代の6割以上が「必ず使う」または「かなり使う」のいずれかで、ビジュアル表現の使用は若者に限らないという。使用動機については、「雰囲気づくり」、「文字よりも感情表出しやすい」、「便利である」、「気まずさを隠す」の順に多いという。また、使い方について、「相手に応じて選ぶ」が74%で、「話題に応じて選ぶ」が18%という。Wang (2019) はインタビューの分析を通して、相手と話題に応じて使い分けという使用意識を指摘しているが、大規模な質問紙調査を行った解 (2022) の結果では、話題に応じて配慮する人よりも、会話の相手に配慮してビジュアル表現を使用する人が顕著に多いことがわかった。

以上まとめると、ビジュアル表現の使い手は、情報や感情の伝達にビジュアル表現を使用し、またビジュアル表現の使用に利便さ、楽しさを感じる。さらに、相手や会話の場面に応じて、使用するビジュアル表現の種類や、使用/不使用の選択と調整を行っていることがわかった。Wechatの使い手はビジュアル表現の使用を通して、自己イメージの形成と管理を行っていることが示唆されている。

4.3 機能や役割に関する研究

ビジュアル表現の機能や役割について焦点を当てた研究で得られた結果は、4.2の意識に関する研究で得られた結果と一部重なる。非言語要素の補償的機能や、視覚による感情表出または相手の感情の把握、伝達の効率の向上、人間関係の構築等の機能は、複数の研究で指摘されている (呉 2021、段・範 2021、Tang2021)。

段・範 (2021) は、文法的機能と語用的機能に分けて考察しており、動詞や名詞等統語構造の一部をなすという文法的機能と、発話行為の代替といった語用的機能について言及している。また、Tang (2021) は、会話におけるスタンプの生起位置により、文字メッセージに感情を付加する機能と単独での表現行為としての相づちや評価、感情表出を指摘している。会話の履歴をデータに用いた分析だからこそできた指摘である。Tang (2021) はビジュアル表現の使用における、①適切な自己表現の補助、②距離を縮め、連帯感をもたらす、③理解の促進や素早い反応等コミュニケーションの効率を高める、④楽しさという4つの特徴を挙げているが、これらの特徴は機能や役割と捉えることができよう。

李ら (2020) は、質問紙調査を用いた研究で、ビジュアル表現の使用は相手との関係性に関わらず、相手との親密度にプラスの影響を与えると指摘している。ただし、ビジュアル表現への理解度は親密度と正の相関があり、ビジュアル表現への理解度が高い場合、相手に抱く親密感がより促進され、距離を縮める役割を果たすという。

さらに、「表情」の対人関係構築におけるフィルターの役割を指摘した研究も見られる (呉 2021)。呉 (2021) は、自ら送った「表情」の意味が理解できない相手とはコミュニケーションを継続しないと使い手の存在を指摘している。連帯感や距離を縮めるといった機能を果たす一方で、ビジュアル表現は、コミュニケーションの相手を選択し、フィルターにかける装置としても利用されていることが示唆された。

4.4 使い手の世代や異なるスピーチコミュニティによる違いに着目した研究

世代やスピーチコミュニティが違えば、ビジュアル表現の使用にも違いが見られる (銭ら 2021、劉ら 2019、姜 2021)。銭ら (2021) は、大学生と親世代の使用の差異に着目した研究である。質問紙調査 (計 427 回答) を行い、大学生とその親世代に当たる 1960 年代と 70 年代生まれの者の結果を比較した結果、①使用頻度、②ビジュアル表現を自ら創作するか否か、③システムの更新やダウンロードの頻度、④絵文字の解釈と使い方、に違いが見られると報告した。そして上記の違いは、①視力や入力速度といった身体能力の違い、②チャットコミュニケーションへの志向の違い、③審美的感覚の違い、④教育歴の違いの4つの要因にまとめられる。コミュニケーション志向の違いは、具体的に、大学生にはビジュアル表現だけのやり取りも多く見られ、面白さを重視する傾向があるのに対し、親世代は文字メッセージが中心で、情報交換的側面が強いという。また、審美的感覚の違いについては、奇抜さや個性を重視するという大学生の特徴を挙げている。④については、親世代の学歴が中学卒から様々で、学歴が高ければ高いほど、ビジュアル表現の使用が増え、またビジュアル表現の受容度と理解度も高まり、高学歴の親世代の使用は大学生の使用に近いと指摘した。

一方、異なるスピーチコミュニティにおけるビジュアル表現の使用の違いについて、劉ら (2019) は、仕事、同級生、家庭、趣味という4種類の目的で作られた12のグループチャットの会話履歴をデータとして、この4つの群におけるビジュアル表現の比較を行った。比較した

結果、コミュニティのタイプ及び年齢によって、ビジュアル表現の使用頻度と使用する種類に違いが見られた（表2参照）。

表2 異なるスピーチコミュニティによるビジュアル表現の使用の違い（劉ら 2019：10-11 より作成）

	月平均数 (送信比)	種類	特徴
仕事群	29.41 (32.78%)	種類が少なく、動くスタンプが少ない。 絵文字が多い。	上下関係があるため、やり取り自体が少なく、目上の人の投稿への返信で同じ絵文字付きテキストが大量に見られる。
同級生群	129.38 (24.51%)	二次元創作のGIF等動くスタンプが最も多い。 流行りの絵文字が見られる。	若者の集まりで、かわいい表情、流行りの表現等が多い。
家庭群	43.79 (10.80%)	動く大きいスタンプが多い。	年齢層が高く、ボイスメッセージが多い。 ビジュアル表現の使用割合が最も低い。
趣味群	418.87 (23.56%)	ネガティブな意味を示すものがある。 種類が多い。	上下関係がなく、やり取りが活発で、ビジュアル表現の使用数が最も多かった。 気兼ねなくできるため、唯一ネガティブな意味を持つ絵文字が見られる群。

また、年齢による違いについては、90年以降に生まれた若年層には、softbank開発のemoji⁸の使用が多く見られ、また、本来ポジティブな意味で使われるビジュアル表現が、皮肉等ネガティブな意味で使われる場合があるという。

最後に、中国語非母語話者である外国人留学生と中国人大学生のビジュアル表現の使用を比較した姜（2021）を取り上げる。本稿は、中国語母語場面のWechatコミュニケーションに関する論文を概観することが目的であるが、最終的には、中国人日本語学習者が参加する日中接触場面のSNSコミュニケーションの実態及び起こりうる問題の把握と解明を目指しているため、非母語話者と母語話者の比較を行う姜（2021）で得られた知見は参考になると考える。姜（2021）は中国人51人、外国人留学生54人への質問紙調査をデータとしているが、明示されていないものの、調査の対象者からスタンプも収集しているようで、スタンプの図案等についても詳細に分析している。その結果、留学生には見られず、中国人学生には以下のような特徴が見られた。

1. 絵文字「Yellow face」をネガティブに解釈し、ネガティブの感情表出として使用する傾向が見られ、また実際にネガティブの意味で使う割合も42%と高く見られた。
2. スタンプについても、ネガティブな感情表出として使用する頻度が高い。
3. 自作のスタンプで「装飾性と殺傷性のある武器」として使う。
4. 同音異義語や多義語、方言の使用や、漢字で外国語を表記したりする遊びを目的とした

8 絵文字の種類としては、中国ではより早く登場したSNSであるQQからWechatに移行したものとsoftbank開発のemojiという2種類がある。

使用が見られた⁹。

ただし、外国人と交流する際には、中国人大学生は、母語話者場面で見られる「遊び」の表現を使わないと姜 (2021) は指摘している。ただし、姜 (2021) は質問紙調査であり、実際に会話データを用いた分析ではないため、検証が必要だと思われる。

以上、Wechatにおけるビジュアル表現についての研究で得られた知見を下記表3にまとめる。劉ら (2019) とTang (2021) を除くほとんどの研究は質問紙調査やインタビューを用いた研究で、実際の使用実態について、今後会話データを用いてさらなる検証を試みる研究が期待される。

表3 ビジュアル表現についての研究で得られた主な知見のまとめ

観点	研究	データ	主な結果
種類と表現の意味	Chen & Siu (2017)	質問紙調査	<ul style="list-style-type: none"> ・デフォルトの絵文字、面白いスタンプ、かわいいスタンプ ・楽しい、言うことない、悲しい、ハロー、バイバイ、ありがとうを意味するものの多用
	Tang (2021)	会話履歴 + インタビュー	<ul style="list-style-type: none"> ・文字無しの動くスタンプが最も多用される (Tang2021) ・送り手の意図と受け手の解釈のずれ文字無しの動くスタンプが最も多用される
	劉ら (2019)	会話履歴	<ul style="list-style-type: none"> ・文脈によって、同じ表現でも異なる意味がある ・意味がポジティブからネガティブに変化するものがある
使い手の意識	Wang (2019)	半構造化インタビュー	<ul style="list-style-type: none"> ・会話の場面と相手に配慮した使い分け ・ビジュアル表現を通して自己イメージの形成やイメージ操作
	蔡 (2022)	半構造化インタビュー	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジュアル表現を通して自己イメージの形成やイメージ操作
	何 (2022)	質問紙調査	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーション上の情報交換や感情表出の補助及び娯乐的動機
	解 (2022)	質問紙調査	<ul style="list-style-type: none"> ・会話の場面と相手に配慮した使い分け ・コミュニケーション上の情報交換や感情表出の補助及び娯乐的動機
機能や役割	段・範 (2021)	会話履歴	<ul style="list-style-type: none"> ・文法的機能：文字の補充機能、統語構造の一部（動詞や名詞等） ・語用的機能：文字情報に伴う感情等の伝達 <p>単独での使用は①関係構築、②発話行為や態度表示の代替手段</p>

9 例えば、「焦頭爛鵝」という文字付のスタンプや、「司道普」と「打住」を併記したスタンプ等がある。前者は、「焦頭爛額」という熟語を表し、「額」と同音の「鵝」が利用された洒落であり、後者は漢字「司道普」で英語の“stop”を表記しており、遊びとユーモアを感じさせるという (姜 2021)。

機能や役割	Tang (2021)	会話履歴 + インタビュー	<ul style="list-style-type: none"> ・文字メッセージのトーンをマークする（感情を付加する） ・単体での表現行為として相づちや評価、感情表出の役割
	李ら (2020)	質問紙調査	<ul style="list-style-type: none"> ・相手との関係性に関わらず、表情の利用は親密度を促進する ・表情への理解度は、親密度の高さと正の相関がある ・表情への理解度が高い場合、親密感がより促進され、双方の距離を縮め
	呉 (2021)	半構造化インタビュー	<ul style="list-style-type: none"> ・視覚による感情表出または相手の感情の把握（言語の補償的機能） ・コミュニケーションの効率を高める ・人間関係構築におけるフィルターの役割
世代や異なるスピーチコミュニティによる違い	銭ら (2021)	質問紙調査	<ul style="list-style-type: none"> ・世代によって、使用頻度、種類、創作有無、意味の解釈と使い方が違う ・上記の違いは、身体能力、審美的感覚、学歴の違いによる
	劉ら (2019)	会話履歴	<ul style="list-style-type: none"> ・異なる目的で作られたグループチャットにおいて、使用頻度と種類が異なる
	姜 (2021)	質問紙調査	<ul style="list-style-type: none"> ・中国人大学生と外国人留学生の使用する種類と意味の解釈に違いがある

5. 特定の発話行為に関する研究

中国語母語場面のWechat上の特定の発話行為に関する研究は、管見の限り、Liu, Li, & Ren (2021)のみである。Liu, Li, & Ren (2021) は依頼という発話行為に注目した研究である。20-29歳の若者群（18人）と45-65歳の中老年群（20人）という2つの異なる世代の参加者からWechat上の軽い依頼の発話を収集し、依頼のストラテジーを比較した。分析は、Blum-kulka, House, & Kasper (1989) の枠組みを用い、依頼のストラテジーを直接的、慣習的な間接、非慣習的な間接と3つのカテゴリーに分類し、さらに依頼表現の前後に現れる呼びかけや感謝等、緩和表現や配慮の表現についても統計を用いた定量的な分析を行った。

若者群と中老年群それぞれ118場面、合計236の依頼の場面を分析した結果、対面での先行研究の結果とは異なり、Wechatでは、直接的な依頼が好まれ、慣習的な間接の依頼はあまり好まれないということがわかり、Wechatコミュニケーションではより直接的な依頼を好むというメディアによる影響が窺われた。また、目上への依頼において、中老年群では、直接的な依頼が有意に多いこと、補償ストラテジーが有意に多いことがわかり、若者群では、呼びかけが有意に多いことがわかった。一方、目下への依頼においては、直接的/間接的については有意差がなく、若者群には緩和表現や配慮表現、絵文字等が有意に多く見られたという。Liu, Li, & Ren (2021) は、目下への依頼における都合伺い等前置きや緩和表現等の使用は、中国の若い世代は自分より社会的地位の低い人と接するときでさえ、押しつけないように振る舞っていることの現れであり、現代中国における上下や階層の意識が、徐々に薄れてきたことを示唆すると指

摘している。また絵文字等の効果的な使用は、若い人ほどソーシャルメディア上のこうしたアフォードランスの操作に長けているという日常的な観察と一致していると考えた。

Liu, Li, & Ren (2021) は依頼という発話行為に焦点を当て、実際に行われた依頼の発話を大量に収集し分析した実証的な研究で、中国語のオンラインコミュニケーションの特徴の一端を示した、非常に意味のある研究である。ただし、依頼をした者の発話のみを分析しているため、依頼される側の反応を含む依頼のやり取りそのものの特徴は明らかではない¹⁰。今後、やり取りの連鎖を相互行為の観点から分析する研究も必要だと思われる。また、発話行為について、依頼のほか、勧誘、断り等の研究も必要であり、こういった研究の積み重ねは中国語によるオンラインコミュニケーション全体像の解明につながるとと思われる。

6. 相互行為の特徴に着目した研究

Wechatのやり取りを分析し、中国語によるWechat上の会話の特徴を明らかにする研究に、楊ら (2018)、Sandel, et al. (2019)、Qiu, Chen & Haugh (2021)、儲 (2022) がある。楊ら (2018) は、チャットの参加者の属性等を統制してデータを収集し、定量的に分析を行った研究であり、一方Sandel, et al. (2019)、Qiu, Chen & Haugh (2021)、儲 (2022) は、多人数が参加するグループチャットをデータとした、質的分析を行った研究である。以下では、まず定量的な分析を行った楊ら (2018) を取り上げる。

楊ら (2018) は、日本語と中国語のチャットの文字テキストを分析し、両言語の会話の特徴の違いの解明を試みた研究である。若い女性 (19-27 歳) の友人同士の 1 対 1 のチャットの会話履歴、日中それぞれ 6 組 (1 組約 300 送信、日本語母語場面はLINEを用いた) をデータとして、文字テキストを共感構築的・情報交換的観点から、(1) 相づち的表現・定型表現、(2) 意見・心情、(3) 事実・行動・状態の三つに分類し、それぞれの割合を分析した。その結果、日本語母語場面と比べ、中国語母語場面のチャットには、情報交換的側面の強い (3) 事実・行動・状態に関するメッセージがより多く見られたと報告し、会話例を示し、類似した話題における両場面でのやり取りの様相の違いを考察している。楊ら (2018) は実際の会話のやり取りから、日本語と中国語のSNSチャットにおけるコミュニケーションスタイルを、談話分析の手法を用いて定量的に分析し、両場面の相違点を指摘した実証的研究で、日中それぞれの母語話者のコミュニケーションスタイルを理解するのに役立つ研究ではあるが、絵文字やスタンプといったビジュアル表現の使用や、WechatとLINEという日中それぞれが用いるメディアの違いについては言及していない。今後マルチモーダルの観点からより精緻化した分析が必要である。

次に、質的分析を行った3つの研究について概観する。

Sandel, et al. (2019) はWechat上のコミュニケーションを観察し、「興味深いやり取り」のスクリーンショットを保存して、分析した。分析に用いたのはすべてグループチャットである。Sandel,

10 三宅 (2019ab) は日本語母語場面のLINEにおける依頼の談話的特徴を分析している。

et al. (2019) は、中国語による Wechat の相互行為の特徴について、以下の 4 点を挙げている。

1. 文をなさない省略が多いが、Wechat の画面のレイアウトによって省略の部分は理解可能である。参加者たちは互いに省略を志向している。
2. 非常に短い単語やフレーズのやり取りで、非文法的になる。VO 語順の中国語に OV 語順が見られる。
3. 様々な言語的バリエーションによる切り替えが見られる。具体的には、簡体字と繁体字、共通語と方言（広東語）の切り替えや、絵文字が文に組み込まれる等漢字と絵文字の間の切り替えが見られる。
4. 絵文字や非慣用的な助詞等を会話における Footing として利用して、情報要求の文脈からからかいの文脈へと切り替える、遊びの相互行為が見られる。

Sandel, et al. (2019) は、マルチモーダル分析の観点から、中国語を英語に訳したものを提示して分析するのではなく、中国語のままデータを提示することの意味を強調した。スクリーンショットをそのまま示すことにより、表意文字であり、かつ表音文字でもある漢字の多様な利用の仕方を分かりやすく示した。一方で、分析は Wechat 上のやり取りにおける興味深い現象を指摘することにとどまっておらず、挙げられている上記の特徴の多くは、中国語のオンラインコミュニケーションの特徴か、他言語でも普遍的に見られるものか、さらに議論が必要である¹¹。また定量的な研究ではないため、挙げられた上記の特徴は、中国語母語場面において、まれに見られるものか、それとも幅広く頻繁に観察される現象か、明らかではない。中国語母語場面のオンラインコミュニケーションの特徴を考察する際には、他言語の研究結果を踏まえたうえでの考察も必要と指摘できよう。

最後に Wechat のグループチャットで見られた「遊び」を取り上げた 2 つの研究（儲 2022、Qiu, Chen & Haugh 2021）を概観する。

儲（2022）は、遊びの「叩き合い」（互怼（Hudui））を分析した。データは、日本にいる中国人留学生によるグループチャットの記録であり、3 つの事例分析を通して、遊びとしての「叩き合い」の連鎖の解明を試みた。3 例のうち、2 例には、①先導と反撃というペアとしてのやりとり、②反撃は、先導の発話をエスカレートして返す、③絵文字・GIF を含む多様な記号資源によって共同構築されているという 3 つの特徴が見られたが、残りの 1 例は、先導の攻撃に対して攻撃された側が遊びではなく本気で反応したため、遊びとしての「叩き合い」が成立しない失敗例として挙げられている。儲（2022）は、遊びの「叩き合い」の背後に「親しき仲こそ礼儀なし」という中国社会の対人コミュニケーションの規範が影響していると推察した。

しかし、儲（2022）は、グループチャットを対象としながら、観客（チャットグループにおけるほかの参加者）の反応については、言及しておらず、観客の振舞いが遊びとしての「叩き合い」にどのような影響を与えるかという重要な視点が欠けている。また、少数の事例研究で

11 例えば、1 や 2 であげた省略や、短いフレーズのやり取りは、チャットの記録性や、分割送信という現象としてオンラインコミュニケーションについての研究では指摘されている（西村・中村 2015、岡本 2016、倉田 2018 等）。

あるため、今後さらなる検証が必要であろう。

同じくオンラインコミュニケーション上のからかいを対象とする研究で、Qiu, Chen & Haugh (2021) は、相手を持ち上げる「冗談めかしたお世辞」を取り上げた。Qiu, Chen & Haugh (2021) は、他者を持ち上げることによって起こる「冗談めかしたお世辞」と呼ばれるからかいの相互行為を分析し、他者を高めることに価値を置く中国の社会文化的コンテクストにおける相互行為的ラポールを達成する一手段として「冗談めかしたお世辞」の役割を提示した。データは11のグループチャットから採取した156の会話である。その中から冗談めかしたお世辞と認定した89例を分析対象として、会話分析の手法から導き出された相互行為の語用論 (interactional pragmatics) のアプローチを用いて分析を行った。分析は、冗談のようなお世辞の生起のきっかけと、お世辞の対象者の反応、他のチャットの参加者 (観客) の反応という3つの観点で行われ、以下のような結果が見られた。

A) 生起するきっかけ：

1. 対象者のやりすぎた行為
2. 対象者の取るべき行動の欠如、
3. 対象者の場違いな行動

B) 対象者の反応

1. からかいに付き合う
2. 楽しげな (見せかけの楽しさ) 態度を示す
3. 本気でない拒絶を示す
4. 見せかけの謙遜を示す
5. 聞き流す

C) 観客の反応

1. からかいに同調し、加勢する
2. 反応を示し、からかいに付き合う
3. 聞き流す

Qiu, Chen & Haugh (2021) は文字メッセージ及び、絵文字等ビジュアル表現がいかに文脈化の合図としての役割を果たしているか、そのプロセスを丁寧に分析し、中国語のオンラインコミュニケーションにおけるからかいの一つの形態である「冗談めかしたお世辞」の実践を示した研究である。「冗談めかしたお世辞」は、対人関係の維持や構築において、相手のフェイスへの侵害を軽減し、グループ内の連帯感を構築する等の役割を果たし、その根底に調和的な関係を強化または維持するという中国人のコミュニケーションの志向があると指摘した。Wechatのアフォーダンスがからかいでどのように利用されるか、またアフォーダンスがオンラインコミュニケーションをどのように達成させ、あるいは制約しているかについて会話例を示しながら考察したQiu, Chen & Haugh (2021) は大変示唆に富む研究である。また、Qiu, Chen & Haugh (2021) は、批判する代わりに冗談の「お世辞」を言う現象に、相手の顔を立て、「礼儀正しさ」を重ん

じる中国の伝統文化の影響を指摘しているが、「親しき仲こそ礼儀なし」という儲 (2022) の指摘と相反している。冗談の「お世辞」と冗談の「攻撃」の生起するきっかけや、連鎖の組み立て方の違い等、この分野の研究における今後の展開が期待される。

以上Wechatの会話の特徴に注目した質的な研究を概観してきた。これらの研究は、いずれもWechat上で行われた実際のやり取りを対象としており、これらの研究によって、言語表記の切り替えや、絵文字、GIFといった非言語要素の使用等、Wechatというメディアのアフォードによって見られた相互行為の特徴が指摘された。しかし、まだ研究が少なく、中国語母語場面のWechatのコミュニケーションの特徴について全体像を描くには程遠い。定性的な研究では、コミュニケーションにおける「からかい」のような「興味深い」やり取りに注目しやすくなり、日常的な一見何の変哲もないやり取りは捨象されてしまわれがちである。今後、日常的なやり取り全般の特徴を、定性的、定量的に分析することも必要だと考える。

また、上記の3つの定性的研究は、いずれもグループチャットをデータに用いている。グループチャットは、送信したメッセージは宛先の人物以外にも複数の傍観者に受信されるため、不特定多数が参加する半ば開かれたコミュニケーションの場でもあり、複数の要素がからみあうグループチャットの分析に、傍参与者等を含む様々な参与役割 (Goffman1981) という観点を取り入れることも必要である。一方で、1対1のチャットは、特定の相手という閉じられたコミュニケーション空間における相互行為であり、現実社会の人間関係を反映するだけでなく、やり取りを通じて人間関係を構築したり、関係維持に貢献したりする場合もあれば、思うように関係構築ができなかったり、関係を損なってしまったりする可能性も考えられる。日中接触場面のSNSコミュニケーションを理解し、促進するためには、中国語母語場面の1対1のチャットの実態解明が不可欠である。しかし、1対1のチャットは、データの提供を依頼する等データ収集のハードルが高く (岡田 2019)、グループチャットと比較してほとんど研究されていない。定量的な分析を行った楊ら (2018) は1対1のチャットであるが、分析対象は女性の友人同士に限られている。今後、中国語Wechatコミュニケーションについて、相互行為の観点からのさらなる研究が期待される。

7. 終わりに

本稿は中国語母語場面のWechatコミュニケーションに関する研究を、1. 文字表記や表現、2. 送信モード、3. ビジュアル表現、4. 特定の発話行為、5. 相互行為という5つの観点に分類し、概観した。これらの研究により、Wechatというメディアがコミュニケーションに与えた影響や、中国語母語話者のWechatコミュニケーションの特徴について、ある程度明らかになってきたが、以下の観点からさらなる解明が必要であると考えられる。

1. 文字表記や表現についての研究で、新奇的表現や非規範的な表現がどのような文脈において使用され、コミュニケーション上どのような役割を果たしうるか、実際の文脈において観察、分析することが必要である。

2. インタビューを通して、Wechatの使い手は、相手に応じて、または場面、状況によって、送信モードを選択するということが明らかになったが、実際にどのような場面でそういった音声/文字の切り替えをするのか、会話データを用いた分析は、さらなる解明につながるだろう。

3. ビジュアル表現による楽しい雰囲気づくり、感情表出や、情報伝達上の役割、距離を縮める等人間関係の構築に関わる機能等について、質問紙調査、インタビューといった意識調査に加え、実際の会話データを用いた研究も見られるようになった (Tang2021)。しかし、様々なビジュアル表現を用いることがわかってきたが、話題や会話の展開に応じて、ビジュアル表現の使用を調整するといったインタビューで得られた結果を、実際の相互行為の中でどのように表れているか、検証する必要がある。また、絵文字、スタンプといった異なるビジュアル表現の使用について、使い手自身も意識していないようなルールや使用のパターンがないか、相互行為の中で綿密に調べる必要があると考えられる。

4. 相互行為のプロセスそのものを分析した研究も近年増えている (Qiu, Chen & Haugh2021等) が、からかい等特定のコミュニケーションに焦点を当てたものに限られる。それらの相互行為の解明は、中国語母語場面の相互行為の特徴の一端を示すことに寄与するものではあるが、全体像を描くまでには至っていない。それら以外の、例えば依頼や提案、誘い、予定合わせ、相談等日常でよくみられる目的のあるやり取りや、目的のない雑談等、日常会話における中国語Wechatコミュニケーションの実態解明も期待される。

WechatやLINEといった通信アプリによって、日中接触場面のコミュニケーションにどのような変化が見られるか、日本語教育における会話教育ではどのような指導が求められるかについて検討するにあたり、中国語母語話者のSNSコミュニケーションの特徴を把握することが不可欠である。その際には、中国語母語話者のSNS使用の意識だけでなく、実際にどのようにやり取りをしているかも把握する必要がある。前者については、これまである程度の蓄積があるが、後者については、まだ端緒を開いたばかりである。今後、特に実際のやり取りを相互行為の観点から分析する研究が期待される。さらに、会話における個人差等を考えれば、偏りなく全体の傾向を把握するために会話の質的・量的研究の両方を用いた研究も必要であろう。

謝辞

本研究は、JSPS科研費課題番号 21K00619 の助成を受けたものである。

参考文献

- Blum-kulka, S. House, J. & Kasper, G. (Eds.) (1989) *Cross-cultural Pragmatics: Requests and Apologies*, Ablex.
- 蔡遠亮 (2022) 「変幻の幕布：微信表情包对青年人际传播行为的影响研究 (変幻自在の舞台装置：若者の対人コミュニケーション行動におけるWeChat 表情包的影響に関する研究)」『浙江工商大学』修士論文, 53p.

- Chen, X. & Siu, M. (2017) Exploring user behaviour of emoticon use among Chinese youth, *Behaviour & Information technology* 36 (6) , pp. 637-649.
- 儲叶明 (2022) 「中国語オンラインチャットにおける『互怼 (Hudui)』について：『叩き合い』を介した親密さを中心に」『ことば』 43, pp.147-164.
- 段麗傑・範静 (2021) 「表情符号在微信交际中的传播特征与传播功能 (WeChatコミュニケーションにおける表情包のコミュニケーション特性と機能)」『MEDIA』, pp. 95-96.
- Goffman, E. (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*, Anchor.
- Goffman, E. (1981) *Forms of Talk*, University of Pennsylvania Press.
- 国家語言文字工作委员会 (2017) 『中国語言生活狀況報告 (2017)』 商務印書館.
- 何雯 (2022) 「大学生微信表情包的使用动机与行为研究 (大学生のWeChat表情包の使用動機と行動に関する研究)」『新聞論壇』 pp. 76-79.
- 姜来 (2021) 「跨文化交际视野下的来华留学生与中国大学生微信表情符号使用对比研究 (異文化コミュニケーションの観点からみた外国人留学生と中国人大学生のWeChat表情包の使用の比較)」『浙江科技学院』 修士論文, 68p.
- 倉田芳弥 (2018) 「LINEチャットの会話における相づちの働き：『機能』及び談話管理を巡る方略的観点から」『言語文化と日本語教育』 53, pp. 1-10.
- 李桂童・他 (2020) 「微信表情包与大学生人際親密感的關係研究 (大学生のWeChat表情包の使用と親密さの關係に関する研究)」『科技傳播』, pp.119-120.
- 李捷・孫平 (2020) 「人际传播视域下视觉词语在即时通讯中的功能与影响研究-表情包为例 (対人コミュニケーションの観点からみたインスタントメッセージングにおけるビジュアル表現の機能と影響—表情包を例に一)」『伝媒論壇』 3 (5) , pp.13-14.
- Liu, W, Li, L. & Ren, W (2021) Variational pragmatics in Chinese social media requests: The influence of age and social status, *Journal of Pragmatics* 178, pp.349-362.
- 劉学太・他 (2019) 「社交媒体群体性信息交流过程中表情符号使用差异与语义研究 (SNSにおけるグループチャットの情報交換過程におけるビジュアル表現の使用の差異とその意味に関する研究)」『現代情報』 39 (10) , pp.3-14.
- 呂超男 (2016) 「論微信語言文字応用的規範化問題 (Wechatにおける文字表現の規範化について)」『北華大学学报 (社会科学版)』 17 (4) , pp.15-19.
- 三宅和子 (2011) 「メディア言語研究の意義と日本語教育への応用の可能性」『日本語教育』 150, pp.19-33.
- 三宅和子 (2019a) 「モバイル・メディアにおける配慮—LINEの依頼談話の特徴—」山岡政紀編『日本語配慮表現の原理と諸相』ひつじ書房, pp.163-180.
- 三宅和子 (2019b) 「LINEにおける『依頼』の談話的特徴を記述・分析する (1) —メディア特性とモバイル・ライフの反映を探る」『文学論藁』 94, pp.19-36.
- 西川勇佑・中村雅子 (2015) 「LINEコミュニケーションの特性の分析」『東京都市大学横浜キャン

- ンパス情報メディアジャーナル』16, 47-57.
- 岡田祥平 (2019) 「一語からはじめるSNSのことばの研究—SNSの特性と先行研究から、その可能性を考える」『日本語学』38 (4) , pp. 56-66.
- 岡本能里子 (2016) 「雑談のビジュアルコミュニケーション—LINEチャットの分析を通して—」, 村田和代・井出里咲子 (編) 『雑談の美学：言語研究からの再考』ひつじ書房, pp. 213-236.
- 銭偉・他 (2021) 「大学生与父母微信表情包使用差異研究 (大学生と父母世代のWeChat表情包の使用の違いに関する研究)」『濰坊工程職業学院学報』34 (1) , pp.67-70,92.
- Qiu, J., Chen, X. & Haugh, M. (2021) Jocular flattery in Chinese multi-party instant messaging interactions, *Journal of Pragmatics* 178, pp. 225-241.
- Sandel, T.L., et al., (2019) Unpacking and describing interaction on Chinese Wechat: A methodological approach, *Journal of Pragmatics* 143, pp. 228-241.
- Tang, Y. (2021) (Mis) communication through stickers in online group discussions: A multiple-case study, *Discourse & Communication*, 15 (5) , pp. 582-606.
- 王亦高・董骁 (2017) 「微信語言或文字發送形式對人際傳播的影響 (Wechat の音声または文字送信モードの対人コミュニケーションに及ぼす影響)」『東南傳播』149, pp.1-3.
- Wang, Y. (2019) Culturally-embedded visual literacy: A study of impression management via emoticon, emoji, sticker, and meme on social media in China, *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, Vol 3, No. CSCW, Article 68 (November 2019) . 25 pages. <https://doi.org/10.1145/3359170>
- 吳曉麗 (2021) 「微信表情包在人際交往中形象構建的作用 (WeChat 表情包的対人コミュニケーションにおけるイメージ構築の役割)」『海河伝媒』11, pp.55-59.
- 解乔因 (2022) 「关于微信表情包使用现象的调查研究 (WeChat表情包の使用に関する调查研究)」『科技传播』 pp.139-143.
- 徐孟鈴 (2006) 「依頼会話の終結部の考察—日本人・台湾人・台湾人上級学習者の接触場面のロールプレイデータを比較して」『言葉と文化』7,67-84.
- Yamada, H. (1997) *Different games, different rules: why Americans and Japanese misunderstand each other*, Oxford University Press.
- 楊虹・他 (2018) 「メッセージングアプリを利用したチャットの会話の日中比較」『日語教育与日本学研究—大学日語教育研究国際検討会論文集 (2017)』, pp.112-118.
- 楊虹 (2022) 「初対面会話における感動詞『へー』『えー』の分析: 中国語との対照から」友定賢治 (編) 『感動詞研究の展開』ひつじ書房, pp. 189-217.
- 楊歆 (2020) 「微信表情包對人際傳播的影響 (WeChatの表情包的対人コミュニケーションに及ぼす影響)」『新聞論壇』, pp.84-86.
- 鄭丹丹・董珂含 (2023) 「移動互联時代的互動規則變遷：以微信聊天中文字選擇為例 (モバイルインターネット時代の相互行為の規則の変化：WeChatチャットにおける文字の選択を例に)」『社会』43, pp.138-172.