

動詞「買う」「売る」と“买”“卖”の 意味用法についての日中対照研究

王 皓

要旨 外国語教育でも外国語研究でも、句全体を把握するために、句の述語の部分を担当している動詞を理解しなければならない。本研究は日本語の動詞「買う」「売る」と中国語の動詞“买”“卖”を対象に、コーパス調査のもとで、認知意味論の理論を利用し、各動詞に相関する事例や意味拡張のメカニズムを対照分析することで、両言語の動詞の意味用法における共通点と相違点を明らかにした。

考察して得た結果は以下の通りである。「名詞との共起関係」について、日本語の「買う」「売る」と中国語の“买”“卖”は「商品類」に属する名詞と共起するときに類似し、日中動詞の意味表出が似ている。それに対し、「非商品類」に属する名詞と共起するときには変化が生じ、両者の状況は異なっている。「意味拡張のメカニズム」について、各動詞の意味拡張モデルを利用して考察すれば、「売る」と“卖”の意味構成が類似しているのに対し、「買う」と“买”は異なっていることがわかる。また、具体的に拡張モデルを比較・分析すると、「買う」「売る」「卖”は授受動詞に近い性質を持っていると推測される。

キーワード 動詞 意味 用法 対照研究 認知

提要 无论是外语学习还是语言研究，对于句子的整体把握通常离不开对句中担任谓语成分的动词的理解。本研究以日语动词「買う」「売る」和汉语动词“买”“卖”为研究对象，在语料库调查的基础上，利用认知语义学理论，通过对比分析相关实例以及每个动词的语义扩张机制，阐明两组动词语意上的异同。

考察得出，在“与名词的共起关系”方面，日语「買う」「売る」和汉语“买”“卖”与“商品类”名词共起时情况相似，意义相近。相反，与“非商品类”名词共起时富于变化，情况迥异。在“语义扩张机制”方面，提出每个动词的语意扩展模型，比较得出「売る」と“卖”的语意性质相似，而「買う」と“买”差异较大。并进一步比较分析模型，得出「買う」「売る」「卖」具有与授受动词相似的性质这一推论。

关键词 动词 词义 用法 对比研究 认知

はじめに

動詞の日中対照研究について、今まで飲食類動詞・知覚動詞・移動動詞・授受動詞などの領域で行われているが、売り買いに関わる動詞についての研究はまだないようである。本研究は売り買いに関わる動詞、つまり日本語の「買う」「売る」と中国語の“买”“卖”を中心に、コーパスから言語の資料を収集・分類した上で、各動詞の意味用法について対照分析しようと思う。認知意味論に基づき、「買う」「売る」「买”“卖”の意味の統合的なネットワークモデルを構築し、両言語の動詞の共通点と相違点をより明らかにしようと思う。

1. 先行研究

1.1 動詞の日中対照研究について

飲食類動詞・知覚動詞・移動動詞・授受動詞などの動詞についての先行研究の中で、認知言語学や認知意味論が多く運用されている。典型的な研究として、陳（2010）と于（2005）が挙げられる。

陳（2010）では中国語の“吃”と日本語の「食う」がそれぞれ分析され、その意味・使用形式・構造・慣用語と分類などが詳しく説明されている。また、分析対照を通して“吃”と「食う」の特徴が帰納され、慣用語のメタファー表現の由来が究明され、メタファーと言語の関係が考察されている。

“吃”と「食う」の語義拡張モデルが展示されている。前の研究結果をまとめたくて、より合理的で理解しやすい意義拡張モデルを提出する。認知言語学のメタファー原理を利用して両言語の食動詞の意味と用法の異同が解釈され、メタファーと言語の関係が究明されている。

于（2005）は「語義拡張モデルと日中対照研究」で“听”と「聞く」の対照分析を通し、語彙拡張モデルの分析法を提示している。論文では日中対比研究の方法を主に論じている。また、“听”と「聞く」の共通意味と特有の意味をそれぞれ具体的に分析している。そして、それに基づき、“听”と「聞く」の意味拡張モデルを提出している。

1.2 相関する理論について

1.2.1 認知意味論におけるいくつかの概念

河上（1999）、松本（2003）を参考にし、本研究に関連するいくつかの概念を以下にまとめる。

プロトタイプ：カテゴリーの最も典型的な成員の持つ特徴の抽象的合成物もしくは集合体。

スキーマ：カテゴリーのすべてのメンバーあるいは一部のメンバーに適合する抽象的な意味。

メタファー：二つの事物・概念の何らかの類似性に基づいて、一方の事物・概念を表す形式を用いて、他方の事物・概念を表す比喩。

メトニミー：二つの事物の外界における隣接性、さらに広く二つの事物・概念の思考内、概念上の関連性に基づいて、一方の事物・概念を表す形式を用いて、他方の事物・概念を表す比喩。

シネクドキー：より一般的な意味をもつ形式を用いて、より特殊な意味を表す、あるいは逆により特殊な意味をもつ形式を用いて、より一般的な意味を表す比喩。

1.2.2 ネットワーク・モデル

本研究と関連のある意味拡張モデルは「プロトタイプとスキーマ及び拡張に基づくネットワーク・モデル」で、図1-1に示した。深田・仲本（2008）

によると、「上向きの点線の矢印は“スキーマ化”、下向きの実線の矢印は“具体事例化”、プロトタイプから拡張事例への破線の矢印は“拡張”をそれぞれ表している」。

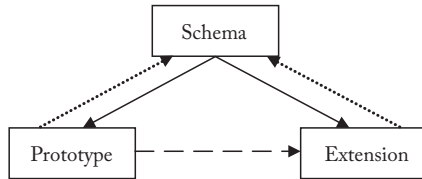


図1-1 プロトタイプとスキーマ及び拡張に基づくネットワーク・モデル

動詞に関する先行研究で、売り買いに関する動詞についての日中対照研究はまだ見つかっていない。本研究はそれを対象にし、認知意味論の理論を利用し、動詞「買う」「売る」と“买”“卖”の意味用法における共通点と相違点を明らかにしようと思う。

2. 用例収集と分析方法

日本語と中国語の売り買いにかかわる動詞の実際の用法をできるだけ把握できるように、日本語は『現代日本語書き言葉均衡コーパス』¹⁾を、中国語は『CCL オンラインコーパス』²⁾を利用した。ほぼ同じ範囲に設定するために、それぞれコーパスの中で主に社会科学・経済産業・文学作品という三つの分野に絞り、「買う」「売る」「买」「卖」を含む文例を各5000ぐらい収集して考察した。また、話し言葉は省略・意味不明などが多く、方言である可能性もあるので、収集された文例を書き言葉に限定した。具体的に考察するときに、「買取」「販売」「收买」「贩卖」のような2音節の単語、「買い切る」

1) 現代日本語書き言葉均衡コーパス, (独)国立国語研究所, 2009.08.19. 規模: 約1億480万語 http://www.kotonoha.gr.jp/shonagon/search_form

2) CCL オンラインコーパス(北京大学中国語言語学研究中心コーパス), 北京大学, 2009.07.20. 規模: 4億7700万字 (1.06GB) http://ccl.pku.edu.cn:8080/ccl_corpus/

「売り込む」のような複合動詞、あるいは「買い気」「売り上げ」のような単語は対象外とした。

宮島（1972）は、辞書は「定義的なかたちで意味の本質的な部分は説明することができる」と述べると同時に、「一定の説明が固定したとき」、そこから常に漏れるものがあるはずだとも指摘している。つまり、意味の分析は実際の文脈とは分離させることはできない。したがって、本研究は、まずコーパスから実例を収集し、名詞との共起関係を分析・対照することから、「買う」「売る」「买”“卖”が実際に運用される状況を具体的に検討する。次に、認知意味論を利用し、「買う」「売る」「买”“卖”の意味拡張メカニズムを検討し、意味の統合的なネットワークモデルを提出しようと思う。

3. 名詞との共起関係における対照分析

対照分析するため、国立国語研究所（1964）の分類基準を参考にして、本稿は名詞との共起関係を以下のように分類し、検討しようと思う。

3.1 「商品」に属する名詞

3.1.1 有形

この部分の「買う」「売る」「买”“卖”と共起できる名詞は、私たちの生活の中での日常用品から、車や不動産・人まで幅広い範囲に渡っている。「有形」の商品というのは目に見え、形の備わった商品である。以下の文例から見られるように、日常の生活必需品は言うまでもなく、(5)のように切符や乗車券も「有形」に属している。なぜかという、お金を払い乗車の権利を獲得するときに、証明する切符自体が一定の形を備えたものだからである。また、(3)の「農場」、(6)の“她”（人間）も実際に商品とみなされ、お金の交換を通して売買されている。この分類で日本語でも中国語でも動詞が使用された範囲はほとんど同じで、用法も単純にまとめられる。一般的に商売するときに、「買う」「売る」「买”“卖”が「金と引き換えに、品物を渡すまたは得る」という基本的な意味を表している。

- (1) 校庭には、食べ物やおもちゃを売る出店が並ぶ。
(『わたしたちは豊かですか？』)
- (2) 調度品をそろえたり、外車や高級国産車を買ったり、絵を購入したり
……
(『陰陽師・安倍晴明占い』)
- (3) たぶん、ブラジルの田舎で農場を買いたいと言い出すんじゃないだろうか。
(『時間の砂』)
- (4) 群众意见很大，说乡村干部已经成了卖画的、卖邮票的、卖红茶的、卖粉条的、卖税票的，影响极坏，已经造成农民“苛重的负担”。
(《中国农民调查》)
- (5) 会顺利地走进火车站，然后会同样顺利地买到一张车票。(《难逃劫数》)
- (6) 因家中很穷，官府要买她作为朝祭巨蛇的供品。父母舍不得她去白白送死，催她赶快逃走。
(《中国儿童百科全书》)

3.1.2 無形

「無形」に属する文例は、お金の交換という点が「有形」と同じであるが、交換する商品が実際に目に見えないのである。形は備わらないが、中に含む価値が形のある商品と同じなのである。むろん能力や権利・技術、どれもなかに価値が存在し、一度手に入ったらより利益が増えることもある。だが、以下に並べる文例にも興味深いものがある。(8)の「安全」と(12)の“耳根清静”は状態を表し、特に後者は名詞化されたもので静かな状態を表現している。一見価値とは関連づけにくい、この場合の価値はお金との取引の過程から生じると解釈することができる。というわけで、もともと商品でないはずのものも商品になってしまうのである。(13)と(14)の文例も同じで、しかし“友情”と“光阴”をもしお金と交換するなら、価値が高すぎるので、よく“买不到～”“难买～”(買えない)の形で使用される。この部分も日本語と中国語の意味や用法がほぼ一致している。

- (7) 創造性、感性とか知恵を売っていく時代になる。
(『すでに始まっている未来』)
- (8) 「これからは安全は金で買う時代ですからね。一度地震が来れば、必ずこの物件にしていよかった、と思うはずですよ」と。(『レクイエム』)

- (9) 金さえ出せば将校の地位を買えたのである。 (『経済国防論』)
- (10) 春子は夫の定期預金を内緒で解約して、会員権を買った。(『変!』)
- (11) 法国的技术贸易为第二位，且卖技术所得费用多于买技术所付费用。
(《技术贸易实务》)
- (12) “两块钱买个耳根清静，不值吗？” (《我爱美元》)
- (13) 但钱不能代替一切，钱买不到友情。(《我们现在还有朋友吗?》)
- (14) 无可奈何的叹息中他切实体味到：一寸光阴一寸金、寸金难买寸光阴
啊! (《蒋经国与章亚若之恋》)

3.2 「非商品」に属する名詞

3.2.1 具体

1) 乗物

この分類に属するものは、中国語の“买”を含む文に限られている。下の文例の“买舟”は、船を商品のようにお金を払って自分のものにするのではなく、船の使用権を買うのである。それゆえ、ここでの“买”の意味はむしろ賃借りするという意味が含まれている。

- (15) 这时，我底旅期已到，买舟从槟榔屿回来。在二等舱上，我遇见一位很熟的旅客。
(《海角底孤星》)

2) 道路

「道路」という分類も中国語の“买”に限られている。ここで“买路”という形で用いられているが、商品を売買する角度から当然解釈することができない。道路の使用権を買うという意味から見て通じるようであるが、文中での意味はただ「賃借りする」という意味ではない。(16)は道路を無事に通過できるように“兀术”という人が“韩世忠”という人にわいろを贈って買収しようとすると考えられる。(17)の場合も、荷物を請け戻すために、警察にわいろを贈ったという意味を表している。したがって、ここの“买”の意味は「貸す」とは違い、「わいろを贈って買収する」とまとめてよいと思われる。

- (16) 决战失利，江北的援兵又被打败，兀术无计可施，只得向韩世忠买路

渡江，表示愿意献出在江南掠夺的全部财物，但遭到韩世忠的严词拒绝。

（《中国儿童百科全书》）

- (17) 他们上了岸，向大法兰西共和国上海租界维持治安的巡警侦探们付了买路钱，赎出行李。 （《围城》）

3) 領土

この分類では、日本語の「売る」とそれに対応している中国語の“卖”を含む文例が挙げられる。「国を売る」（“卖国”）という表現は、字面から見れば金と交換して領土を他者に渡す。植民地のような場合もあるが、下の文例の中では、上述の解釈が通じないようである。なんらかの利益のために自分の国を裏切るという意味を表している。この場合は日本語でも中国語でも用法がほぼ同じである。

- (18) 国民に独立の気力いよいよ少なければ、国を売るの禍もまたしたがってますます大なるべし。 （『学問のすすめ』）

- (19) 国防政府在民族义务和阶级利益二者发生矛盾的时候，没有片刻的犹豫便把自己变成了卖国政府。 （《一言难尽乔冠华》）

4) 人間

まず、(20)と(21)について考察する。(21)はより理解しやすく、お金を払って人を新兵として自分のもとで使うと考えられる。その場合は実は人間の労働力のようなものを買ひ、人間を雇うという意味とほぼ一致している。(20)の場合はやや複雑で、人間をスパイとして使うだけでなく、その中でわいろを贈るという意味が同時に含まれていると理解してもさしつかえない。それゆえ、「雇う」か「わいろを贈って買収する」かについてまだ検討する余地がある。あるいは二つの意味が同時に備わる可能性もある。

- (20) たとえば、ドレフュスがドイツに買われたスパイと疑われ、陸軍省に出頭したのは、霧のある冷たい朝であった。 （『大仏次郎』）

- (21) 每到神志清明时都听到：“……三块……五块……又开征……买新兵……三三如九……九六十五……” （《柿园》）

次に、以下の文例を分析する。上に挙げられた文例と同じように、「売る」と“卖”が人間を指す名詞と共起している。ところが、文中で表している意

(25) 私は射撃の腕を買われて水牛撃ちにはいつも指名された。

(『「鬼兵团」ルソンに散る』)

2) 短所

上に挙げられたものとは逆に、売り買いに関わる動詞と共起するときに「短所」を表す名詞も存在している。人の短所を指し、人に「売」っても何の価値も存在しないはずである。したがって、下の文中での意味も新たに解釈する必要があると思われる。(26)と(27)の「売る」と“卖”は異なる文脈においているが、共通する意味があり、それは自分の弱点を他人に知られるというところである。相違のあるところは「売る」はただ人に知られるようにするのに対し、“卖”は人に知られるだけでなく、「わざと他人に見せる」という意味も含まれている。しかし、コーパスから検索された「下手を売る」のような用法が(26)の一例しかないので、「売る」の普通の使い方ではない、もしくは誤用である可能性もあると考えられる。

(26) ヤクザは、酒で下手を売ることが恥ずかしいとされているし、酒席といえども何があるか分からないので酔うわけにはいかない。

(『突破者の条件』)

(27) 她又用胳膊肘拐了他一下：“听到大娘的话了么？我不过故意卖个破绽，给你一次反击的机会，要不你心理能平衡么？”

(《表弟》)

3) 体力

この分類は“卖”を含む文例に限っている。実際の使用はほとんど力を表す名詞と共起し、精一杯やるという意を表している。“卖”はここで「(力など)を出し尽くす」と解釈したほうがよいと思われる。また、実際には“卖力”という形でよく使用され、意味から考えると、日本語の「精を出す」という表現に類似している。

(28) 是原厂里的一个工人，当过生产调度，不太爱多讲话，干啥事都喜欢卖傻力气，能吃苦，肯帮忙。

(《风还巢》)

4) 思想

日本語の「売る」でも中国語の“卖”でもこの分類に属する用法がある。まず(29)の「魂を売る」というのはいつもも思っていることとは違い、自分

もとの思想や信仰を裏切るという意味である。この意味で、悪魔に魂を売るという用法も存在し、「魂を悪魔に渡した」後の自分が持っている思想は当然渡したものと違う。ということで、「売る」がここで「裏切る」として解釈することもできる。(30)も同じように、お金という利益のために、思想や人格を裏切るという意として使用されている。

(29) こういうことを書くと、そこまで計算高くなりたくないとか、魂を売るみたいでいやだ、とか言う方もいらっしやるでしょう。

(『わたしのためにできること』)

(30) 人应当有点志气，应当有自己的民族尊严，不能因为那点钱把人格都卖了。
(《污语广告激怒大连老人》)

5) 評判

この分類に属する文例が(31)のように「売る」を含む文例に限られている。名というような人からの評判は一見してとても「売る」ことのできないものである。しかし、ここでは取引としての一面が弱まり、ただ名を世間に渡す、つまり世間の人に知られるようにするという意味で使用されている。

(31) この記事を足がかりに、おおいに名を売ることができるのだ。

(『ウーマンズ・ケース』)

6) 恩義

この部分では日本語と中国語の似ている用法が表れている。「恩を売る」と“卖个人情”は両方ともただ他人に恩を与えるとは異なる。ここで「売る」と“卖”を使用すると何かの利益のために、恩義を与える。その恩に私利が含まれ、単純な人助けとは言えない。したがって、日本語の文例でも中国語でもこの動詞の意味は打算的に恩義などを押し付けるという意味である。

(32) 「私という人間はねえ、恩を売らない男でございますよ」いきなり、
萱野の亀右衛門がいい出した。
(『暗殺者』)

(33) 聂小轩原来就有意，于是顺水推舟，卖个人情给寿明，答应说：“有您做冰人，我还能驳吗？”
(《烟壶》)

7) 役職

この分類は主に日本語の「買う」の一用法に注目する。買うと共起する名

詞はほとんど役職を表す名詞である。それがお金で官位を買うのではなく、自ら進んで「指揮官」の役を引き受けるのである。「買う」はここで「引き受ける」という意味で使用され、文中でよく「～を買ってでる」という形で現れている。

(34) クラークなどは、ガワーらとともに指揮官役を買ってでた。

(『文久元年の万馬券』)

8) 感情

まず、プラス的なイメージを持つ名詞を含む文例から考察する。(35)の「同情を買う」というのは人から同情を得るようにするのに対し、(36)の“买她的欢心”は彼女の歡心を得るように努めるという意を表している。日本語にも類似する表現「歡心を買う」というのがある。この場合お金を払うかどうかは別として、「買う」と“买”は主に「得ようと努める」という意味を表現している。

(35) 自殺を仄めかして同情を買い、刑務所暮らしを免れようとしている
とは考えないのか。

(『西郷の沖縄独立大戦略』)

(36) 原来牛肉青鱼始终买不到她的欢心，和颜悦色也没法留住她的身子。

(《王妈走了以后》)

次に、マイナス的なイメージをもつ名詞を含む文例について検討する。この場合は日本語の「買う」に限られている。下の(37)の「怒りを買う」のように、「買う」と共起している名詞は悪感情を表す言葉である。誰もほしくないはずの悪感情を買うときに、動詞「買う」も「招く」という意味に変わってくる。

(37) ときどき兄たちに辛辣な皮肉を飛ばして怒りを買う。

(『夕映えの人』)

9) 言動

この分類でも二段落に分けて検討しようと思う。まず、(38)は上の(37)と同じように、「失笑」は「買い手」が望まないもので、それを仕方なく受けるという状態を表現するときに「買う」が使用されている。それと同じように、「悪評を買う」などの表現も存在する。一方、中国語の動詞“买”には

この用法がないのである。

- (38) 被告の目は澄んでいると言って、失笑を買った作家がいたじゃないか。
(『黒い神座』)

次に、(39)について検討する。文例が短く見えるが、「売る」と「買う」の次の用法が同時にこの文に収められている。意味から解釈すれば「売られた喧嘩を買う」というのは仕掛けられた喧嘩を引き受けるということである。「喧嘩を買う／売る」という表現は日本語に限って中国語には類似するものがないのである。「売る」はここで「しかける」、「買う」は「引き受ける」というようにとらえることができる。

- (39) 売られた喧嘩は買うしかない。
(『弁護士む〜みんの解決！女の一大事』)

10) 形容詞から派生した名詞 (A→N)

この分類における動詞の用法は中国語の“卖”に特有のもので、以下のように挙げられている。(40)の“乖”が一般的に子供が聞き分けのよいことを描き、“卖”の後に使用されると、わざと自分の聞き分けの良さなどを人に見せるという意味を表している。(41)の“卖老”でも同じように、自分の経験の深さをひけらかすという意を表している。したがって、ここでの“卖”の意味は「わざと人に見せる、ひけらかす」と理解することができる。

- (40) 我举这个例子，绝不是讨了便宜又要卖乖，只是想说明一下话语的贫乏。
(《命中注定》)
- (41) 他从来不倚老卖老。
(《我们叫他老迈》)

3.3 まとめ

3.3.1 「商品」に属する名詞との共起

日本語の動詞「買う」「売る」も、中国語の動詞“买”“卖”も生活の中でよく使用されている常用動詞なので、生活と密接に関連する商品類名詞と共起するときに、意味や用法がほぼ共通している。「売る」(“卖”)とはものを他人に譲り渡して、お金をもらおうというのに対し、「買う」(“买”)とは他人の持っているものを、お金を払って自分の物にするというのである。また、

用法面は多くの文例からでもわかるように、「買う」「売る」は「～を買う」「～を売る」という形で、“买”“卖”は“买～”“卖～”という形で使用されるのが一般的である。

具体的には、「有形」において普通の日常用品から「農場」などの不動産や人間を表す名詞まで「売る」などの動詞と共起することができる。それに対し、「無形」においては、種類がより多様になり、「技術」のような知的財産や労働力や権利などを表す名詞から、「安全」や「友情」などの状態や感情を表す抽象名詞まで多く含まれている。以上のことから、「買う」「売る」「买”“卖”は多くの商品類の名詞と共起することができ、使用範囲が幅広く渡っていることがわかる。

3.3.2 「非商品」に属する名詞との共起

「非商品」の分類に当たる名詞の数は「商品」類の名詞ほど多くはないが、その具体的な文例における意味や用法には変化が多く存在し、分析に値すると思われる。結果を明らかに表示するために、以下のように、「非商品」類名詞と「買う」「売る」「买”“卖”を共起するときの様子を表にまとめた。

表3-1 「売る」「卖”と「非商品」類名詞との共起関係

動詞 \ 非商品	具 体		抽 象						
	人間	領土	恩義	思想	評判	言動	短所	体力	A→N
売る	○	○	○	○	○	○	△	×	×
卖	○	○	○	○	×	×	○	○	○

表3-2 「買う」「买”と「非商品」類名詞との共起関係

動詞 \ 非商品	具 体			抽 象			
	人間	乗物	道路	感情	役職	長所	言動
買う	○	×	×	○	○	○	○
买	○	○	○	○	×	×	×

まず、表3-1の動詞「売る」と“卖”の対照からわかるように、両者は具体名詞との共起関係が類似し、「人間」「領土」のどちらとも共起することができる。抽象名詞になると、ある程度ばらつきが出ており、「恩義」「思想」

は一致しているが、「売る」が「評判」「言動」を表す名詞と共起しているのに対し、“卖”は「体力」「短所」を表す名詞および形容詞から派生した名詞と共起している。特に「短所」については、「売る」と共起できる名詞が存在するが、コーパスで検索された結果から見れば一例しかないので、一般的に使用されていないとみなされ、「△」とした。

次に、表3-2は動詞「買う」「买”が「非商品」類名詞との共起関係を示すものである。表3-2からわかるように、「買う」と“买”が「非商品」類名詞と共起するとき、全体的に相当な差が出てきている。具体名詞でも抽象名詞でも完全に一致することはなく、「人間」「感情」という二種類の名詞だけが「買う」「买”のどちらとも共起することができる。残りの種類について、「買う」は「役職」「長所」「言動」を表す名詞と共起することができるのに対し、“买”は「乗物」「道路」を表す名詞と共起することができる。

最後に、二つの表を比較してみると、動詞「売る」「卖”は動詞「買う」「买”より「非商品」に属する名詞と共起する場合が多いことがわかる。共起できる名詞の具体的な種類についても、「売る」と“卖”は類似する共起関係が何種類も存在するのに対し、「買う」と“买”の対照表では相当なばらつきが出ている。その中でも、特に“买”という動詞が目立っており、共起できる名詞の種類が少ないだけでなく、ほぼ「具体」の分類に分布している。ほかの「買う」「売る」「卖”という三つの動詞は「具体」より、「抽象」に属する名詞と共起する場合が明らかに多い。このことが意味を分析するときには何かヒントとなるのではないかと思われる。

4. 意味拡張のメカニズムにおける対照分析

4.1 プロトタイプの意味の認定

1) 「売る」と“卖”

まず、「売る」と“卖”のプロトタイプの意味について検討しようと思う。

日常生活で実際に商売するときに、売り手が品物を譲り渡して代金を取ることである。歴史上から見れば、最初に商売が成立したときには物々交換と

いう形式が多く、つまり、品物同士の交換だけで、お金はその後で物々交換の過程から生まれたと言われている。しかしながら、何千年の発展を経て現代では「お金」を渡さないうただの交換はほとんどないので、「お金を渡す」あるいはお金に相当するものを手に入れることも必要になり、「売る」（“卖”）という動詞のプロトタイプの意味の構成要素の一つにもなると考えられる。

「売る」（“卖”）という動詞の意味は、物の所有権が売り手から買い手に渡され、最後に売り手は物の所有権を持たなくなることである。もしこの所有権についての規制がなければ、つまり、売り手がものを渡さなくてもよいという場合は、「貸す」という動詞の意味と混同してしまう恐れがある。

したがって、日本語の「売る」と中国語の“卖”のプロトタイプの意味は共通して、「代金と引き換えに、品物を相手に渡し、さらに所有権も相手に移動する（「売る」と“卖”の意味1：基本義）というものである。つまり、与える側として、まず商品とするものを相手に渡し、そして相手からお金をもらうことができる。結果としては、商品とするものの最終的な所有権は受ける側であると考えられる。例えば、(42)の「売る」はお店が食べ物などをお客さんに渡し、お金を儲けるという意味で使用され、それを買ったお客さんももちろん品物を所有し食べたりすることができる。(43)の中国語の場合も同じように、“卖车”は車を所有権とともにお客さんに渡し、その代わりにお金をもらうことができる。

(42) その隣は肉まんやあんまんを主に売る中華惣菜の店だ。（『文藝』）

(43) 有人要卖车，有人要买车，包括二手车。（《新华社2004年新闻稿》）

第3章での「商品」に属する名詞との共起における例文はほとんど、「売る」と“卖”がプロトタイプの意味で使用されている。

2) 「買う」と“买”

次に、「買う」と“买”のプロトタイプの意味について検討する。

動詞「売る」と“卖”に対応する対義語として、「買う」と“买”が同じ方法でプロトタイプの意味を認定することができる。まずは、同じくお金の交換が介入し、しかしこの場合、買い手側の視点を取ることで、お金を相手に渡す。物の所有権について、「売る」「卖」と同じように、所有権の移動が

必ず発生する。もし、所有権の移動がなければ、「借りる」や「賃借りする」などの動詞と混同してしまう可能性がある。

したがって、「売る」と“卖”に対応し、日本語の「買う」と中国語の“买”のプロトタイプの意味は「代金と引き換えに、品物を手に入れ、さらに所有権も相手から渡される（「買う」と“买”の意味1：基本義）」というものである。具体的には、以下の例文に示したようである。(44)はお金を渡し、缶ビールを手に入れ、自分の所有物とする。(45)は“买来的刀”という表現が使用されているが、その刀を買うときの商売の情景が前の例文と類似している。

(44) 朝食食六〇〇円を注文して、自動販売機で缶ビールを買う。

(『男たちは北へ』)

(45) 那把地摊上买来的刀这次派上了用场。 (《美总统刺客在华落网记》)

「売る」と“卖”のプロトタイプの意味（基本義）の使用範囲と同じように、「買う」と“买”の基本義もほぼ「商品」に属する名詞と共起し、日常生活で広範に使用されている。

4.2 各拡張的意味の考察

多義語分析の課題として、第二步は「複数の意味の相互関係の明示」である。この「各拡張的意味の考察」の部分では、前のプロトタイプの意味の認定の続きで、「買う」「売る」「买”“卖”についてそれぞれ拡張された意味を分析する。

4.2.1 「売る」と“卖”の各拡張的意味

1) 共通する意味

「売る」と“卖”の意味2：〈裏切る〉

(46)の「友人を敵に売る」というのは何か利益を得たりするために、友人の秘密や情報等を敵に提供するということである。それが一種の交換と見なされ、商売するときの「売る」と類似していることに基づき成り立っている。(47)も同じように、“卖国”における“卖”は「自分の有利のために、国の利益を犠牲にしたりする」という意を表しているが、商売するときの

「売る」と「利益のために、物を交換する」という共通点を持っている。メタファーに基づく表現であると考えられる。

(46) 「……だが、友を敵に売るような男は、妻も皇帝も裏切るとな、わが娘が言っておったぞ」 (『アトランティス大戦』)

(47) 他以会长身份痛斥封建卖国军阀，要求取消“二十一条”卖国条约。
(《中国儿童百科全书》)

「売る」と“卖”の意味3：〈押し付ける〉

「売る」と“卖”のもう一つの共通する意味は「(無理やりに)相手に押し付けたり与えたりする」という意味である。この意味も基本義から直接に拡張されたと考えられ、拡張関係は同じくメタファーである。まず、(48)の「私恩を売る」というのは「打算的に恩を相手に押し付け、私情から相手に恩を施す」という意を表し、その「相手に押し付ける」ことは「売る」の基本義の「(品物を)相手に与える」の部分と類似性を持っている。(49)も打算的に“人情”を“坐山虎”という人に与えるという意味を表し、メタファーに基づく拡張という点は日本語と一致している。

(48) 国東半島の付け根に位置する杵築は家康が忠興に私恩を売った城地で、豊後唯一の東軍である。 (『群雲、関ヶ原へ』)

(49) 我这个人情要卖给坐山虎，让他出面救你，我才放你走。 (《李自成》)

「売る」と“卖”の意味4：〈見せる〉

まず、(50)の「筋を売る」という表現は、「ストーリーを理解するために必要なことがらを、最初の部分で展開すること」という意を表している。簡単に言うと、ストーリーのあらすじを読者に見せるということである。この「売る」の「ある事柄を表にだし、他人に見せる」という意味は〈押し付ける〉という意味項からメタファーに基づき拡張されたと考えられる。「相手に見られるようにして、(情報等を)押し付ける」という点において両者は類似していると思われる。(51)の中国語の例文における“卖”の意味も同じであるが、“卖呆”という場合はぼんやりしている状態を他人に見せるというのである。

(50) 先ず、「橋姫」の冒頭を読みます。この部分は単に筋を売るところ

で、別に注意しないで読み流してしまいがちでございます。

(『源氏物語六講』)

(51) 干脆连商店的门都不进, 让妻子进去逛, 自己蹲在门外抽烟、卖呆。

(《1994年人民日报》)

2) 「売る」の特有の意味

「売る」の意味5:〈しかける〉

この意味項は日本語の「売る」に特有の意味であり、共起する名詞が「喧嘩」ぐらいに限られている。「喧嘩を売る」という表現の意味は「相手に作用して、喧嘩をしかけ、喧嘩を起こすようにする」というのである。喧嘩する前に、何か挑発的な行為なども相手に押し付ける。そういうことから〈押し付ける〉の意味項と類似しているとわかり、意味4も〈押し付ける〉という意味項からメタファーによって拡張された意味であると考えられる。

(52) 北京の内輪もめかもしれん。北京に喧嘩を売るほど上海は安定してない。
(『鎮魂歌』)

「売る」の意味6:〈世に知らせる〉

「売る」の意味5は〈見せる〉という意味項からシネクドキーに基づき、拡張された意味だと考えられる。もともと〈見せる〉という意味項は他人に知られるようにするということで、範囲が決められていないのである。それより、〈世に知らせる〉という意味項は「世間に知られるようにする」と限定し、より特殊な意味になっている。(53)の「名を売る」というのは「世の中に自分の名を知られるようにする」という意を表している。

(53) 無刀流の山岡鉄舟、音なしの構えで名を売った高柳又四郎もそうだった。
(『作兵衛の管槍』)

3) “卖”の特有の意味

“卖”の意味5:〈出し尽くす〉

この意味項は〈押し付ける〉という意味項からメトニミーに基づいて拡張されたものであると考えられる。(54)のように、“卖劲”は力などをそとに出して、精一杯やるという意味を持っている。“卖”という動詞はここで〈押し付ける〉の意味項の「人が相手に何か押し付けるためにまず何かを出

す」という部分を表し、〈押し付ける〉という意味項からのメトニミーによる意味拡張であると考える。

(54) 这小子看来满意这份工作，干得挺卖劲，神情总是那样乐呵呵的。
(《1994年人民日报》)

“卖”の意味6：〈ひけらかす〉

“卖”のもう一つの特有な意味は「わざと他人に見せて、ひけらかす」という意味である。この意味を表すときに、第3章でも見られるように、多くは“老”“乖”を始めとする形容詞から拡張された名詞と共起する。下の例文は“傻”という名詞と共起している。この意味項は〈見せる〉という意味項より「わざと」という限定を加え、意味がより限定されている。それゆえ、〈見せる〉という意味項からシネクドキーによって拡張されたものであると考える。

(55) 无非就是担心最终被查出王国炎确实是在装疯卖傻。
(《十面埋伏》)

4) まとめ

表4-1 動詞「売る」と“卖”の各意味項目の対照

動詞 項目	売る	卖
共通	意味1：基本義	
	意味2：〈裏切る〉	
	意味3：〈押し付ける〉	
	意味4：〈見せる〉	
相違	意味5：〈しかける〉	意味5：〈出し尽くす〉
	意味6：〈世に知らせる〉	意味6：〈ひけらかす〉

表4-1にまとめたように、「売る」と“卖”の共通する意味は相違のある意味より多く、「基本義」〈裏切る〉〈押し付ける〉〈見せる〉の全部で4つである。異なる意味項に関して、日本語のほうは〈しかける〉と〈世に知らせる〉が存在するのに対し、中国語のほうは〈出し尽くす〉と〈ひけらかす〉が現れる。

全体的に見れば、日本語動詞「売る」と中国語動詞“卖”の共通する意味項目は少なくないことがわかり、類似性が多く存在しているようである。

4.2.2 「買う」と“买”の各拡張的意味

1) 共通する意味

「買う」と“买”の意味2：〈得ようと努める〉

「買う」と“买”の共通する意味について、まず「相手から歓心や同情などを得ようと努める」という意味がある。中国語のほうはこの意味項目が“买”の基本義からメタファーによって拡張されたのに対し、日本語のほうはやや複雑である。〈得ようと努める〉という意味項目より、さらに基本義に近い意味（〈引き受ける〉）が存在し、そのより近い意味項目からメタファーに基づいて拡張されたと考えられる。したがって、ここで主に中国語のほうの拡張関係を検討し、日本語のほうは〈引き受ける〉という意味項目を分析するときにまた検討しようと思う。(56)に挙げたように“买她欢心”というのは彼女の歓心を得ようと努め、“买”のプロトタイプの意味の「商品を得る」と類似しているので、メタファーによって拡張されたと考えられる。

(56) 我得用美食来买她欢心，并一味和颜悦色的笼络住她。

《王妈走了以后》

「買う」と“买”の意味3：〈雇う〉

もう一つ、「買う」と“买”の共通する意味は「お金を払って、自分のもとで働かせる、雇う」という意味である。例えば、(57)の「金で買われて来た此の男」は実は「お金でこの男の労働力を買って、働いてもらう」ということである。(58)の“买凶”も暗殺者にお金を払って、その労働力を買うと考えられる。日本語「買う」のほうはプロトタイプの意味の〈労働力という商品を手に入れる〉という部分を表すので、「買う」のプロトタイプの意味からメトニミーによって拡張されたと考えられる。中国語の“买”のほうは、〈雇う〉という意味項目よりプロトタイプの意味とより近い意味項目（〈賃借りする〉）が存在し、〈賃借りする〉を分析するときに、またその拡張関係を検討しようと思う。

(57) 金で買われて来た此の男は、野次られる度に話題を飛躍させたり、

御機嫌とりが過ぎて組合礼賛に脱線したりした。

(『日本プロレタリア文学集』)

(58) 原苏联解体后, 买凶杀害生意对手的事情时有所闻, 俄罗斯商人雇用
私家保镖渐成风气。 (《新华社2004年新闻稿》)

2) 「買う」の特有の意味

「買う」の意味4: 〈引き受ける〉

「買う」のこの意味項目は「自ら進んで、相手から役目や喧嘩などを引き受ける」という意味である。相手側から引き受けるというのは、「買う」の基本義の「相手から商品を得る」と類似し、メタファーによる拡張関係であると考えられる。(59)の「主席全権大使を買ってでた」というのも全権大使の役目を引き受けるという意で使用されている。また、上の部分で論じた〈得ようと努める〉という意味項目も〈引き受ける〉からメタファーによって拡張されたと考えられる。「相手側に属するものを自分の側に移動する」ということが類似しているので、メタファーによる拡張関係が成立している。

(59) 佐助は老骨に鞭うち、自ら首席全権大使を買ってでた。(『猿飛佐助』)
「買う」の意味5: 〈高く評価する〉

(60)のように、「能力や経験などが相手に認められ、高く評価されている」という意を表すときに「経験が買われた」という表現が使用されている。受動的に使用される場合が多いのである。〈高く評価する〉という意味項目は上の〈引き受ける〉から拡張されたものであると考えられる。拡張関係はメタファーによるものである。なぜかという、相手を評価するとき、まず相手の長所などを認めて受け取るので、その「受け取る」という点においては両者は類似しているからである。

(60) 英文科卒で、しかも大学時代に一年間イギリスに交換留学していた
経験が買われたようだ。 (『汚職捜査』)

「買う」の意味6: 〈招く〉

「買う」のもう一つの拡張的意味〈招く〉について検討する。この意味も〈得ようと努める〉という意味項目と同じように、「相手側に属するものを

自分の側に移動する」ということが類似しているので、〈引き受ける〉からメタファーによって拡張されたと考えられる。ただ、異なるところは意味6は受ける人はあまり好ましくないものを受け取っている点である。したがって、「買う」がこの意味で使用されているときに、多くはマイナス的なイメージを持つ名詞と共起している。

(61) このため沛県の役人としては事を荒立てわざわざ劉邦の憎しみを買うこともなかった。
(『司馬遼太郎の贈りもの』)

3) “买”の特有の意味

“买”の意味4：〈賃借りする〉

中国語の“买”がこの意味で使用されているときに、よく“舟”という名詞と共起し、船を賃借りするという意味を表す。第3章でも(15)の中で具体的に挙げられている。この場合に、「賃借りする」というのは「お金を払い、船という乗物の使用権を手に入れる」という意味である。したがって、「買う」のプロトタイプの意味の「代金と引き換えに、商品の使用権を手に入れる」という部分を表し、メタファーに基づく拡張関係であると考えられる。

また、〈雇う〉という意味項目の関係について、人を雇うというのは人の労働力を買うものである。ここで人の労働力と商品の使用権が類似していることから、〈雇う〉という意味項目は意味4〈賃借りする〉からメタファーによって拡張されたと考えられる。

“买”の意味5：〈買取する〉

〈買取する〉という意味項目について、第3章の分析でも見られるように、「道路」を表す名詞と共起する場合が多い。(16)と(17)の共起するのは両方とも「道路」に関連し、意味は「わいろを贈って買取する」というのである。「買取する」ことは「相手がお金や利益などをもらったから、自分の思うように行動してくれる」ということも意味している。だとすると、前に分析した〈雇う〉と「相手がお金をもらい、行動してくれる」という点が類似し、メタファーによって拡張されたと考えられる。

4) まとめ

表4-2 動詞「買う」と“买”の各意味項目の対照

動詞 項目	買う	买
共通	意味1：基本義	
	意味2：〈得ようと努める〉	
	意味3：〈雇う〉	
相違	意味4：〈引き受ける〉	意味4：〈賃借りする〉
	意味5：〈高く評価する〉	意味5：〈買取する〉
	意味6：〈招く〉	

表4-2からわかるように、日本語の「買う」は中国語の“买”より意味項目がやや多い。基本義を含む二語の共通する意味が三つ存在し、プロトタイプの意味と〈得ようと努める〉〈雇う〉である。相違のある意味項目について、日本語のほうは〈引き受ける〉〈高く評価する〉〈招く〉という三つに対し、中国語のほうは〈賃借りする〉と〈買取する〉という意味項目が存在する。

4.3 意味のネットワークモデル

図4-1と図4-2は、「売る」「卖」、「買う」「买」のプロトタイプの意味および各拡張の意味を統合して描いた図である。前の意味拡張のメカニズムに基づき、「メタファー」「メトニミー」「シネクドキー」などの意味間の拡張関係を明確にし、各矢印の上に表示している。こうして、各動詞の多義語構造全体における個々の意味の意味付けを明示することができる。例えば、〈買う〉の意味4〈引き受ける〉は意味1のプロトタイプの意味より抽象的なレベルの意味であるが、意味5〈高く評価する〉より具体的なレベルの意味である。個々の図の一番左の意味（意味1）が、最も習慣化の程度・認知的際立ちの高い意味であり、プロトタイプの意味として表示されている。

図4-1からわかるように、日本語の「売る」と中国語の“卖”の意味拡張のメカニズムは類似し、意味間の拡張関係も一致することが多い。異なるのは最後に拡張された最も抽象的なレベルの意味のみである。前の第3章の名

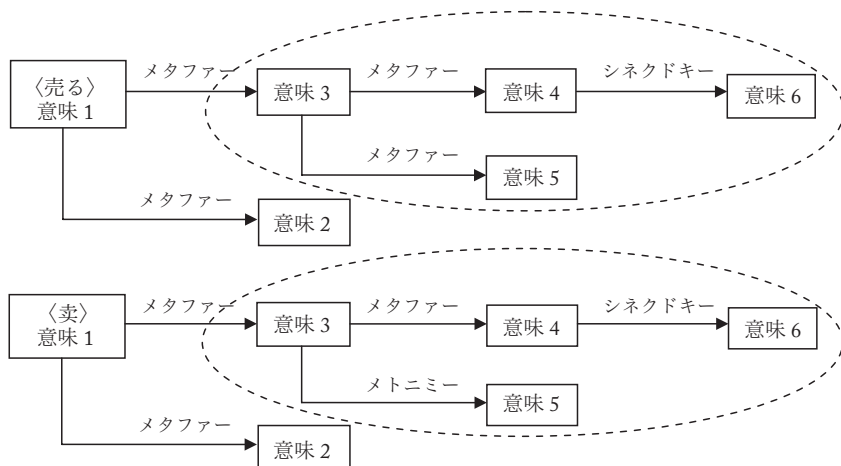


図4-1 「売る」「买」の意味ネットワークモデルの対照

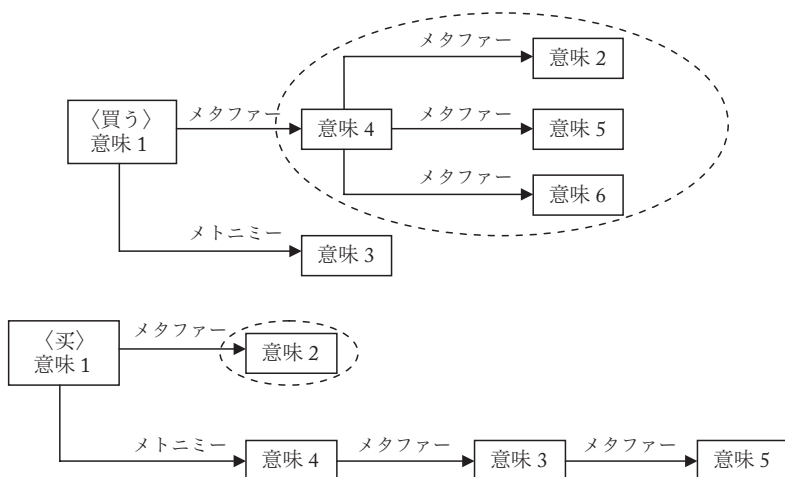


図4-2 「買う」「买」の意味のネットワークモデルの対照

詞との共起関係の結果と同じように、各意味項目および意味拡張のメカニズムに関しても日本語の動詞「売る」と中国語の動詞“卖”には共通するところが多い。それに対し、図4-2の「買う」「买」の意味のネットワークモデル

ルの対照において、両動詞の意味拡張メカニズムはだいぶ違い、「買う」が“买”より意味項目がやや多いだけでなく、意味の構造全体と意味間の拡張関係においても相当な差が出てきている。対応している拡張的意味は意味2〈得ようと努める〉と意味3〈雇う〉のみである。相違点が多いということが、第3章の名詞との共起関係の分析の部分にも同じく反映されている。

また、二つの拡張図においては同じく点線の楕円で囲まれた部分がある。「売る」「賣」と「買う」の楕円が大きいのに対し、“买”の楕円は小さく、一つの意味項目しか囲まれなかった。点線の楕円の中の意味項目に関して実共通する点が存在し、それは「与える側から受ける側に／受ける側から与える側に、何か（抽象的である場合が多い）を与える／もらう」ということである。「売る」と“賣”の〈押し付ける〉〈見せる〉といった意味項目でも、「買う」の〈引き受ける〉といった意味項目でも皆その点において共通している。しかしながら、“买”の場合は〈得ようと努める〉という一つの拡張的意味しかなく、「何か（抽象的である場合が多い）もらう」という意味は少ないのである。第3章の結論の部分でも述べたように、この四つの動詞の中で、“买”だけが抽象的な名詞と共起するよりも、具体的な名詞と共起する場合が多く、この意味のネットワークモデルからわかることも一致している。

4.4 まとめ

この章では「買う」「売る」「买」「賣」という四つの動詞の意味拡張のメカニズムを分析して対照し、個々の動詞の意味のネットワークモデルをまとめることができた。日本語の動詞「買う」「売る」と中国語の動詞“买”“賣”の意味の共通点と相違点を明らかにしたうえで、意味間の拡張関係を分析し、動詞の意味構造全体を比較し、対照した。日中両言語において、動詞「売る」と“賣”の意味全体や意味拡張メカニズムが類似している一方、動詞「買う」と“买”は意味構造や意味拡張について相当な差があることがわかる。第3章の「名詞との共起関係における対照分析」における分析結果と一致している。

また、「意味のネットワークモデル」の部分でも述べたように、四つの動詞の意味項目の中で共通するものが存在し、それは「与える側から受ける側に／受ける側から与える側に、何か（抽象的である場合が多い）を与える／もらう」という点である。「買う」「売る」と“卖”という三つの動詞はそういう意味項目が多いのに対し、中国語の“买”という動詞は少なく、一個しかない。名詞と共起するときも、“买”は抽象的な名詞より、具体的な名詞と共起することが多く、利益に関わる交換などの意味を表す場合が多いのである。以上から、売り買いに関わる動詞「買う」「売る」「买”“卖”の中で、「買う」「売る」「卖”という三つの動詞は、動詞“买”より授受関係を持つ傾向が強く、あるいは授受動詞に近い性質を持っているのではないかと考えられる。

おわりに

本稿は売り買いに関わる動詞「買う」「売る」「买”“卖”を中心に、認知意味論的な立場から分析することで、日中の売り買い動詞「買う」「売る」「买”“卖”の意味における共通点と相違点を明らかにした。

結果としては、「商品」に属する名詞と共起するとき、「買う」「売る」「买”“卖”はほとんど基本義で使用され、日中両言語がほぼ類似しているということがわかる。それに対し、「非商品」に属する名詞と共起するときには、それぞれ相違が生じるという結果が得られた。意味拡張のメカニズムについて、日本語の「売る」と中国語の“卖”の意味拡張のメカニズムが類似しているのに対し、「買う」と“买”の意味拡張のメカニズムはだいぶ違っている。最後に、各動詞の意味のネットワークモデルおよび名詞との共起の結果から、売り買いに関わる動詞「買う」「売る」「买”“卖”の中で、「買う」「売る」「卖”という三つの動詞が、動詞“买”より授受動詞に近い性質を持っているという推論が得られた。

以上、売り買いに関わる動詞「買う」「売る」「买”“卖”の意味用法について分析した。しかしながら、文法の面のことも考慮に入れ、また、研究対

象を「販売する」「購う」といった類義語や「売り切れる」「買いかえる」といった複合動詞に拡張したら、結果がより全面的に明らかになると考えられ、今後の課題にしたいと思う。

用例の出典

- 『わたしたちは豊かですか?』読売新聞宇都宮支局, 1997年
『陰陽師・安倍晴明占い』一條青風, 2001年
『時間の砂』シドニィ・シェルダン, 天馬竜行, 1991年
『すでに始まっている未来』江坂彰, 2003年
『レクイエム』篠田節子, 2002年
『経済国防論』長谷川慶太郎, 1988年
『変!』嵐山光三郎, 1998年
『学問のすすめ』福沢諭吉, 2002年
『大仏次郎』福島行一, 1995年
『プラハの春』春江一也, 1997年
『風と話そう』南こうせつ, 立松和平, 1993年
『「鬼兵团」ルソンに散る』大河内不朽, 1991年
『突破者の条件』宮崎学, 1999年
『わたしのためにできること』唯川恵, 1999年
『ウーマンズ・ケース』ミリアム・ローリーニ, 興津真理子, 1998年
『暗殺者』池波正太郎, 2003年
『文久元年の万馬券』岳真也, 2003年
『西郷の沖縄独立大戦略』横山秀夫, 2002年
『夕映えの人』加賀乙彦, 2002年
『黒い神座』森村誠一, 1990年
『弁護士む〜みんの解決』佐藤むつみ, 2004年
『文藝』角田光代, 2005年
『男たちは北へ』風間一輝, 1989年
『アトランティス大戦』荒巻義雄, 2003年
『群雲、関ヶ原へ』岳宏一郎, 1994年
『源氏物語六講』岩佐美代子, 2002年
『鎮魂歌』馳星周, 1997年
『作兵衛の管槍』新宮正春, 1996年
『日本プロレタリア文学集』橋本英吉, 1988年
『猿飛佐助』荒巻義雄, 1992年
『汚職捜査』姉小路祐, 2000年
『司馬遼太郎の贈りもの』谷沢永一, 2001年
《中国农民调查》陈桂棣・春桃, 2004年

- 《新华社2004年新闻稿》新华社，2004年
《难逃劫数》余华，2005年
《中国儿童百科全书》《中国儿童百科全书》编委会，2005年
《技术贸易实务》曾鹏飞，1989年
《我爱美元》朱文，1995年
《我们现在还有朋友吗？》赵长天，1994年
《蒋经国与章亚若之恋》胡辛，1993年
《海角底孤星》许地山，1927年
《围城》钱钟书，1947年
《一言难尽乔冠华》张容，1993年
《柿园》李蕤，1986年
《怀念黑潭中的黑鱼》张炜，1995年
《表弟》梁晓声，2005年
《凤还巢》秦长生，1997年
《污语广告激怒大连老人》关切，1997年
《烟壶》邓友梅，1984年
《王妈走了以后》苏青，1948年
《命中注定》余华，1993年
《我们叫他老迈》贺捷生，1997年
《美总统刺客在华落网记》叶孝慎，1994年
《李自成》姚雪垠，1982年
《十面埋伏》张平，1999年

参考文献

- 河上誓作（1999）『認知言語学の基礎』[M]，研究社，p. 32
金田一京助（2000）『新明解国語辞典』第五版 [M]，三省堂
国立国語研究所編（1964）『分類語彙表』増補改訂版 [M]，付録 CD-ROM，秀英出版，p. 3
新村出編（1998）『広辞苑』第五版 [M]，岩波書店
深田智・仲本康一郎（2008）『概念化と意味の世界』[M]，研究社，p. 78
松村明編（2010）『大辞林』第三版 [M]，三省堂
松本曜（2003）『認知意味論』[M]，大修館書店，p. 65-67, 76, 79, 83
宮島達夫（1972）『動詞の意味・用法の記述的研究』[M]，秀英出版
陈林（2010）「中日現代語における食動詞の対照研究」[D]，中国优秀硕士学位论文全文数据库
现代汉语大词典编委会（2007）现代汉语大词典 [M]，上海辞书出版社
于康（2005）《语意扩展模式与汉日对比研究》[J]，《语言科学》2005年第14期
中国社科院语言所词典编辑室（2005）《现代汉语词典》2005年增订本 [M]，商务印书馆