

現代の外来語

2004年8月28日(土) 東京ウィメンズプラザ

開場 (13:30)

開演 (14:00)

ごあいさつ

国立国語研究所所長 甲斐 睦朗

「分かりにくい外来語」

田中 牧郎

「暮らしの中の外来語」

佐竹 秀雄

休憩 (15分間)

質問のあるかたは、休憩終了までに質問票に記入の上、係に手渡してください。

「コミュニケーションの視点から見た外来語」 鳥飼 玖美子

終演 (16:30予定)

お帰りの際に、アンケートに御協力ください。筆記具は受付にあります。

- ・ 御用のかたは、黄緑色の名札をつけた係の者に声をかけてください。
- ・ 洗面所は、円形ホールの客席後方にあります。
- ・ ロビーで政府刊行物サービスセンターが刊行物を販売しています。
- ・ ロビーに国立国語研究所の研究成果の一部を展示しています。

分かりにくい外来語

国立国語研究所

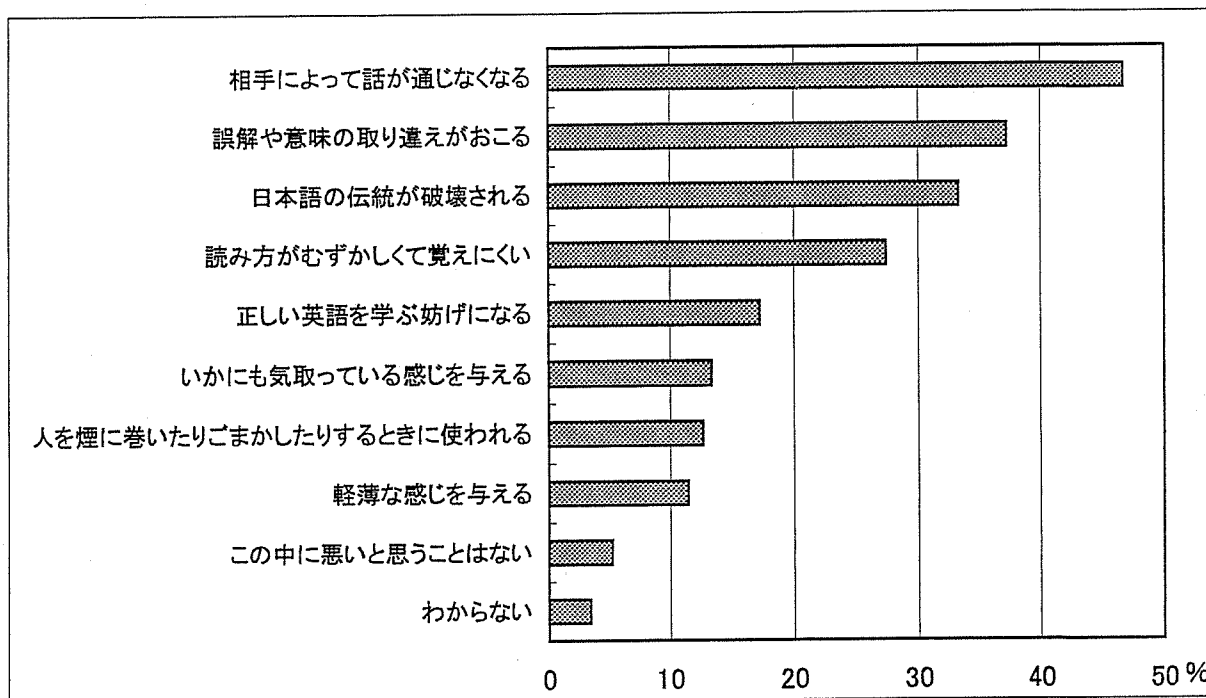
田中牧郎

1. 外来語の「分かりにくさ」についての意識

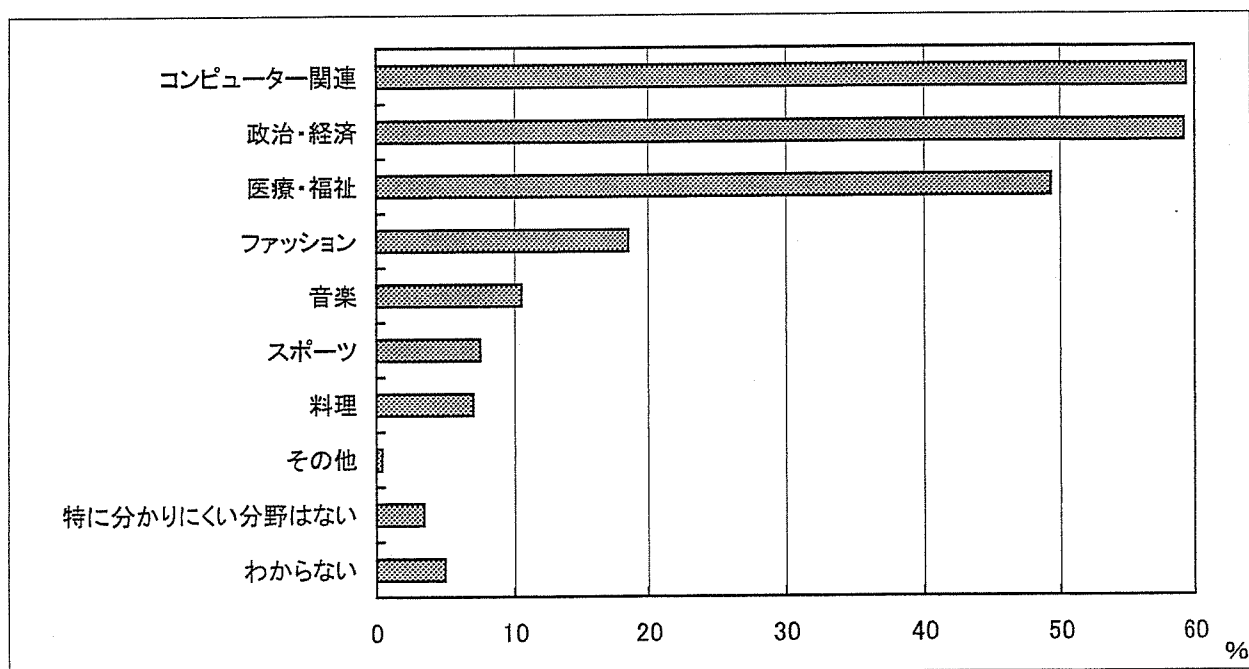
「外来語に関する意識調査」(国立国語研究所 平成15年10～11月実施)

全国の15歳以上の男女 4500人を対象に個別面接調査を実施

(1) 外来語を使うことの悪い点



(2) 外来語が分かりにくい分野



2. 外来語の「分かりにくさ」の実態

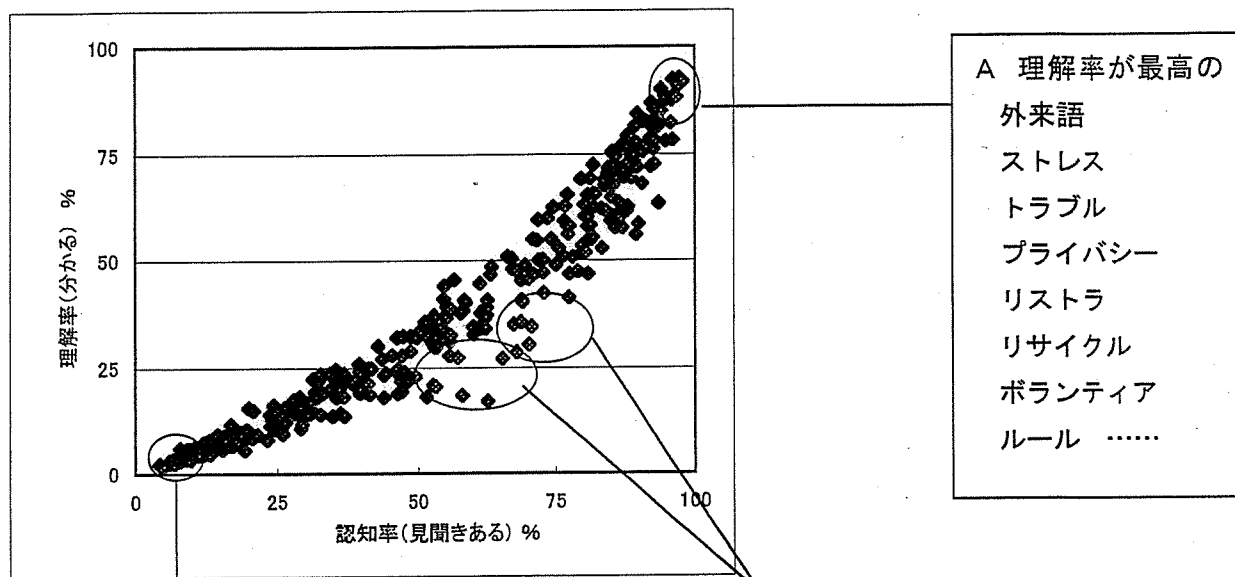
「外来語の定着度調査」(国立国語研究所 平成14年11月～平成16年1月実施)

全国16歳以上の男女 2000人または750人を対象に個別面接調査を実施

問1 見聞きあるか [ある・ない] → 「ある」の場合は問2へ

問2 意味分かるか [分かる・何となく分かる・分からない]

(1) 見聞きするけれど分からない外来語



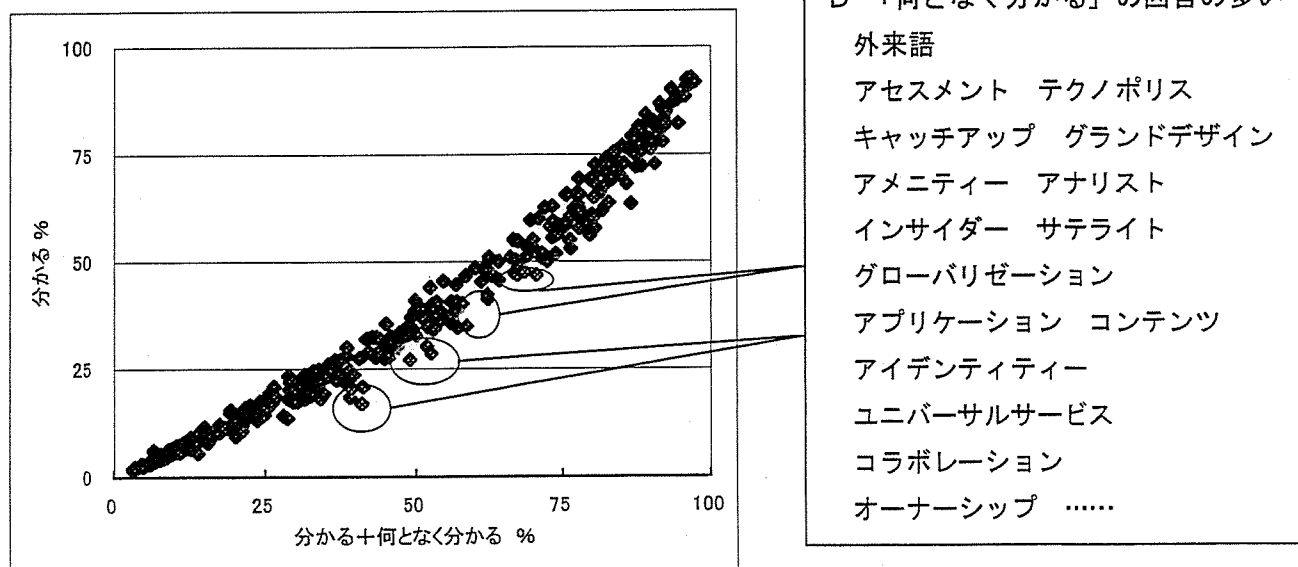
B 理解率が最低の外来語

キュレーター オーセンティシティー
 アドミッションオフィス
 コモンアジェンダ オンブズパーソン
 ロードプライシング インキュベーション
 パブリックインボルブメント …

C 認知率と理解率との差が大きい外来語

アセスメント テクノポリス インフラ
 アメニティー アナリスト インサイダー
 サテライト アプリケーション コンテンツ
 インターフェース アイデンティティー
 ユニバーサルサービス ……

(2) 分かるようで分からない外来語



3. 分かりにくい外来語がどれくらい使われているか（行政文書の場合）

理解率 25%未満の外来語の行政白書における使用頻度（上位 30 語）

順位	外来語	総頻度	種類	理解率
1	イノベーション	450	7	13.6
2	インフラ	248	27	18.9
3	コンテンツ	222	7	23
4	ゲノム	124	8	18.8
5	ガバナンス	106	10	6.8
6	グローバル化	95	12	19.3
7	テレワーク	92	8	21.1
8	ライフサイエンス	87	9	19.9
9	アセスメント	84	12	17
10	アジェンダ	77	11	4.7
11	リテラシー	76	6	6.3
12	インセンティブ	72	17	10.4
13	ハザードマップ	71	7	20.3
14	インターンシップ	70	10	15.1
15	ナノテクノロジー	59	6	19.1

順位	外来語	総頻度	種類	理解率
16	コーポレートガバナンス	56	5	3.4
17	コミットメント	47	7	9.2
18	バイオマス	46	5	9.1
19	アクションプラン	45	13	11.2
20	アプリケーション	43	7	18.1
21	デジタルデバイド	43	7	8.8
22	ジェンダー	41	4	10
23	ビジネスモデル	41	9	24.7
24	ポテンシャル	38	9	21.1
25	スキーム	36	8	10.4
26	メディアリテラシー	36	3	5.3
27	ポストドクター	34	3	7.9
28	アウトソーシング	32	7	14.2
29	シーズ	32	7	9.8
30	ブルサーマル	32	4	18

* 2002 年度発行の省庁の行政白書 30 種を対象。「総頻度」は全 30 種での頻度の総計。「種類」は出現する白書の数。「理解率」は 2 の「外来語の定着度調査」による。

4. なぜ分かりにくい外来語を使うのか（行政文書の場合）

- (1) 集団語 政治家・役人など、政官界（もしくは経済界）の人たちの間で用いられる外来語
12 インセンティブ 19 アクションプラン 24 ポテンシャル 25 スキーム
- (2) 新奇語 施策などの新奇性を示す理念やイメージを前面に打ち出せる外来語
1 イノベーション 2 インフラ 3 コンテンツ 5 ガバナンス 7 テレワーク
14 インターンシップ 16 コーポレートガバナンス 20 アプリケーション
23 ビジネスモデル 27 ポストドクター 28 アウトソーシング 29 シーズ
- (3) 専門語 新しく重要な概念が、学術分野などを通して取り入れられた外来語
4 ゲノム 6 グローバリゼーション 8 ライフサイエンス 9 アセスメント
10 アジェンダ 11 リテラシー 13 ハザードマップ 15 ナノテクノロジー
17 コミットメント 18 バイオマス 21 デジタルデバイド 22 ジェンダー
26 メディアリテラシー 30 ブルサーマル

5. 発信者側が留意すべき点

- (1) 集団語 一般に対しては使わない配慮を
- (2) 新奇語 曖昧な概念のままイメージ優先で乱用しない注意を
- (3) 専門語 専門家は訳語をあてる（つくる）努力を／一般に対して使う場合は説明付与を

6. 『「外来語」言い換え提案』について

暮らしの中の外来語

武庫川女子大学 言語文化研究所

佐竹 秀雄

I 外来語は暮らしの中にどのように入ってきているのか

外来語と暮らしとのかかわりを、新聞における外来語の使われ方の調査結果から考える。

(1) 新聞の面別の調査

面	出現率	種類
スポーツ	6.9 (11.0) %	993 語
生活	4.8 (5.4)	1,299
経済	4.7 (6.4)	1,145
社会	3.7 (4.2)	949
投書	2.4 (2.8)	745
一面	2.3 (3.0)	774

(出現率のカッコ内の数値は固有名詞を含む場合)

(2) 面別ベスト 15

(a)	(b)	(c)	社会	一面	投書
1 <u>リーグ</u>	サービス [▽]	センター	<u>メートル</u>	<u>グループ</u> [*]	テレビ [●]
2 <u>チーム</u>	インターネット	<u>センチ</u>	<u>グループ</u> [*]	<u>ドル</u>	ニュース
3 <u>プロ</u>	<u>グループ</u> [*]	サービス [▽]	<u>キロ</u>	<u>メートル</u>	ボランティア
4 <u>メートル</u>	<u>ネット</u>	ホーム	ホーム	<u>キロ</u>	<u>イコール</u>
5 <u>サッカー</u>	システム	ボランティア	ホテル	システム	ガイドライン
6 <u>キロ</u>	メーカー	<u>グループ</u> [*]	マンション	センター	カード
7 <u>オリンピック</u>	<u>ドル</u>	<u>ケア</u>	<u>センチ</u>	ガス	リストラ
8 <u>シード</u>	ソフト	<u>キロ</u>	<u>シャツ</u>	テレビ [●]	サービス [▽]
9 <u>トップ</u>	パソコン	テレビ [●]	ビル	ケース	バス
10 <u>オープン</u>	<u>デジタル</u>	ケース	ケース	ガイドライン	スーパー
11 <u>アンダー</u>	<u>ベンチャー</u>	<u>グラム</u>	センター	ホテル	プロ
12 <u>シングルス</u>	テレビ [●]	メーカー	メンバー	<u>ウラン</u>	スポーツ
13 <u>ツアー</u>	<u>ビジネス</u>	<u>トイレ</u>	<u>トン</u>	ホーム	タクシー
14 <u>コーチ</u>	<u>ユーロ</u>	パソコン	テレビ [●]	レベル	ダイオキシン
15 <u>ゴール</u>	ガス	<u>テーマ</u>	ガス	サービス [▽] 他	リサイクル他

以上から、次のことが考えられる。

- ① 面による違い、語による違いがある。→「外来語いろいろ」
- ② スポーツ面が異質、経済面が他と少し違う。→外来語使用は専門性とかかわる。
- ③ 暮らしに身近な生活面と投書面が対照的である。→生活面を通して日常生活に外来語が入ってきている。また、一般の人々にとって、生活面は情報を得る面で、投書面は情報を発信する面だと考えると、一般の人々は外来語使用に対して冷静であると言えないか。

II 外来語はなぜ使われるのか（果たす役割）

- (1) それまで日本になかったものが入ってくる場合。

具体的な事物 ガラス ラジオ パン

抽象的な概念 ネットワーク インフォームドコンセント

- (2) イメージの新しさを感じさせるため。

職業婦人→キャリアウーマン 園芸→ガーデニング 増改築→リフォーム

商品名、会社名の場合にその応用が見られる。

- (3) 婉曲表現として使うため。

便所→トイレ 性行為→セックス

- (4) 専門用語として使う場合。

日常語化することがある。 アレルギー ストレス

III 外来語使用はなぜ問題なのか〈(1)～(3)は一般的な批判意見〉

- (1) 外来語使用に世代間の差が認められるので、世代間のコミュニケーションの妨げになる。

意味の分からないものが多い／漢字と違って文字からでは意味が想像できない

- (2) 外来語を使うことは日本語の軽視につながり、日本語の伝統を崩すことになる。

- (3) 原語から外れた外来語使用や和製英語の濫用は、日本人の外国語学習の障害となる。

- (4) 外来語による名づけには、イメージだけで実質とずれる場合が少なくない。また、そのあいまいさのために、時には本質からずれた意味をも表すようになり、誤解(認識のずれ)を招くおそれがある。

商品名、職業名など／セクハラ

IV 外来語とどう向き合うべきか

外来語の根本的な問題点は、もっぱらその使い方にある。

一般の人々にとって、ことばの基本的な性格はコミュニケーションの道具である。その立場では、外来語を使うかどうか以前に、効果的に伝えるために、どういう語を選んでどのように表現するかを考えることが重要なはず。そのとき外来語に対する適切な認識があって、結果として外来語を使うことになるのなら、特に問題はないと考える。また、ことばを受け取る立場では、外来語がもつ外見的な効果と外来語が表す実質的な意味とを区別しようとする意識をもち、両者を混同しないことが必要であろう。

他方、専門的な立場(例えばマスメディアや研究者)にあつて外来語を広める可能性のある人たちは、外来語使用(特に導入初期段階での使用)には十分な注意が必要だと考える。外来語の安易な使用には慎重であつてほしい。

「コミュニケーションの視点から見た外来語」

立教大学大学院 異文化コミュニケーション研究科

鳥飼玖美子

1 なぜ外来語が増えるのか

- (1) ボーダレス時代の情報通信
- (2) 国際語としての英語を使用しているという幻想
- (3) 「カタカナ」というすぐれもの
 - ・ハリー・ポッターの翻訳
登場人物名の翻訳で苦しまなかった日本
 - ・訳出の手間いらず
Society = 「社会」 = ソサイエティ → ハイソ
 - ・語感
異質性と斬新な響き
- (4) ぼかし効果
身もふたもないものでも曖昧にぼかし、見苦しい部分を覆い隠す
「介護」 → 「ケア」
- (5) ステイタス顕示
「専門家」という意思表示

2 外来語の問題点

- (1) 当事者の理解を阻害
- (2) 本質を隠蔽
- (3) オリジナル英語とのずれ → カタカナ語は英語ではない
 - ・日本語化された音
「キャリア」「ユビキタス」「コンセント」「バーチャル」
 - ・日本語化された意味
「ユビキタス」「ガイドライン」
「インフォームド・コンセント」「ノーマライゼーション」

3 事例より

Informed consent

外来語委員会が提示した意味：「治療の前に、医師は、病状や治療の内容につき十分な説明を行い、患者は、それを納得して同意すること。」

言い換え語例：「納得診療」「説明と同意」

4 外来語と言葉についての感性