

40年間の新聞投書欄に見る外来語の定着

橋 本 和 佳

1 調査の目的

新聞には、毎日週刊誌1冊分以上の分量の、さまざまな種類の文章が掲載されている。時事ニュース、社説、政治、経済、国際、スポーツ、社会、家庭欄、読者の投書欄などが中心的な記事であり、非常に情報量が多く、多彩な文章の宝庫といえる。また、新聞は、長期にわたってマスメディアの中心的媒体として、その役割を果たしてきており、毎日多くの人が目を通すものである。そのため、新聞は語彙調査の調査対象としてよく用いられるが、新聞のどの面を選ぶかによって、その結果は大きく異なる。

本稿では、新聞の投書欄を調査対象に選び、外来語の語彙調査を行う。すでに、橋本^①(2001)において、新聞の社説を調査対象とした外来語の語彙調査を行った。社説は、論説委員が、交代で社の代表として意見を展開するものである。それに対し、投書欄は、一般読者の投書を編集局が選び、紙面に掲載するものである。社説も投書欄も、自分の意見を一般の読者に向けて書いた文章であるという点で共通している。しかし、一方は、書くことのベテラン、プロが書いた文章であり、もう一方は、一般の人々、つまり書くことの素人が書いた文章である、という点に違いがある。また、扱う話題や内容についても、社説は政治経済の時事ニュースなどが中心であるのに対し、投書欄は政治経済のニュースについての投書もあるが、もっと日常的な、身近な話題について書いたものが多い。

本稿では、上記のような性格を持つ投書欄における外来語の使用実態を明らかにする。また、本調査で得られた外来語について、「出現度数と語構成」「高頻度語彙と広範囲語彙」「品詞」「造語力」という4つの観点から、どのような外来語が日本語の中に定着しているのかを考察する。

2 調査の対象

朝日新聞の1960年から1999年までの40年間の朝刊の「声」欄に掲載された投書を調査対象とする。調査には朝日新聞（東京）の縮刷版を使用した。2カ月に1日、つまり1

年に6日分の投書欄を抽出し、出現した外来語をすべて抜き出した。本稿で用いる「外来語」には、外来語成分を含む混種語も含まれる。ただし、人名、地名、会社名などの固有名詞や、具体的な数値に後接する助数詞（メートル、ドル等）は調査対象から省いた。

また、語の抽出日は、橋本（2001）において社説を抽出した日と同じ日とした。また、1960年（調査開始年）における投書の文字数が1日約1600字だったため、抽出する分量は、40年間を通して1日1600字とした。1年で9600字、40年で384,000字の投書が対象になる。投書欄の掲載位置は、何度か変化したがる、つねに投書欄の最上段の右から左へ、そして二段目の右から左へと掲載されたものを、順に字数が1600字になるところまで抜き出した。

朝日新聞「声」欄では、編集局で掲載する投書を選択している。では、どのような投書を選んでいるのだろうか。採用基準について書かれた記事（1997年12月31日の紙面「係より」）から抜粋して以下に示す。

投書の内容は▽政治や社会問題に対するオピニオン▽身の回りのエッセー▽新聞記事への評価や批判に大別される。明確な採用基準はないが、オピニオンの場合はニュース性に加え、論理的で、建設的な意見があるかどうか、エッセーの場合は体験に根差しているかどうか、身近の小さな事柄でも社会的な広がりがあるかどうか、などを判断のよりどころにしている。また、日常生活の中で体験したり、見聞したりした心温まる話題は積極的に採用している。一方、社説や論説を焼き直ししたり、他人のひぼう・中傷が含まれていたり、個人的趣味・嗜好に偏っていたりする場合、採用は難しい。「声」欄はだれにでも開かれた「広場」であり、読者と読者、読者と新聞を結ぶ場でもある。読者の多様な意見や考え方、生き方や人生観などを幅広く紹介することが、新聞の奥行きや幅の広がりにつながると考えている。

朝日新聞の「声」欄には、随時、投稿方法が掲載されているが、その中に「趣旨を変えずに直すことがあります」と書かれていた。編集者が読者の投書の中に出てきた外来語を書き換えられることはないのかを朝日新聞社に問い合わせたところ、回答を得た。その内容を要約すると以下の通りである。

用語を変えることはありますが、それは主に差別につながるような言葉です。外来語だからという理由で書きかえることはありません。朝日新聞社では、なるべく投稿者の表現をいかすという方針をとっています。書き換えをするか否かは、その言葉が、読者に理解してもらえるかどうかを判断の基準にしています。「声」欄は専門的なテーマを扱うというより、社会全体の一般的な関心事を述べていただく場

なので、専門的な外来語などを用いて投稿されるケースは余りありません。1ヶ月に大阪「声」で掲載する投稿数は220本ほどありますが、言い換えが必要になるのはそのうちの1本程度で、きわめて少ないのが実情です。(2002年9月19日付)

3 調査の単位

本調査における調査単位には、単純語も、2つ以上の成分からなる合成語も、1語とするW単位(Word単位^③)を使用する。ローマ字表記語については、ひとまとまりのローマ字配列を1語とする。また、本稿では、形容動詞(スマートな等)、サ変動詞(チェックする等)は、活用語尾を含めて1語とし、形容動詞は「一な形」、サ変動詞は「一する形」を代表形とする。

4 得られた外来語の語数

本調査で抽出された外来語の語数は、異なり語数1419語、延べ語数2672語である。

異なり語数、延べ語数を、年代順に見ると、その語数にはどのような変化があるのだろうか。表1は、1960年から1999年までを5年ごとに8つの期間に区切り、各期間における語数を記したものである。1段目には各期間における外来語の延べ語数、2段目には延べ語数2672語中に占める割合(%), 3段目には異なり語数、4段目には1語あたりの平均出現度数(延べ語数÷異なり語数)を記す。

8つの期間ごとに見てみると、異なり語数、延べ語数ともに60-64年が最も少なく、65-69、70-74にかけて増加していることがわかる。70-74年を1つ目のピークとして、75-79、80-84年は増加しない。そして、2つ目のピークである85-89年を迎える。全体でも85-89年が最も多い。その後90-94、95-99年は増加しない。

60年代から70年代前半にかけて、外来語の使用は増加している。この間には、1964年に東京オリンピック、1970年に日本万国博覧会が開催されている。また、この期間は高度経済成長期でもある。外来語の増加時期と日本の急速な国際化・経済成長の時期とが重なっており、興味深い。

表1 異なり語数、延べ語数の変化

| 年代 | 60-64 | 65-69 | 70-74 | 75-79 | 80-84 | 85-89 | 90-94 | 95-99 | 60-99 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 延べ語数 | 185 | 348 | 357 | 307 | 301 | 427 | 378 | 369 | 2672 |
| 延べ割合(%) | 6.92 | 13.02 | 13.36 | 11.49 | 11.26 | 15.99 | 13.15 | 13.81 | 100.00 |
| 異なり語数 | 138 | 245 | 253 | 233 | 224 | 307 | 276 | 273 | 1419 |
| 平均出現度数 | 1.34 | 1.42 | 1.41 | 1.32 | 1.34 | 1.39 | 1.37 | 1.35 | 1.88 |

また、80年代後半から90年代前半は過剰な外来語使用への批判が高まった時期であり、国語審議会においてもたびたび外来語が話題になった。^④80年代後半は、表1からもわかるように、実際に外来語がもっとも多く使用されていた時期だった。外来語使用が急速に増えすぎたため、批判が高まったと考えられる。その批判的なムードのせい、90年代の外来語使用は増加しない。

5 出現度数および語構成

5.1 語構成

次に、本調査で得られた外来語の語構成について調べる。表2は、語構成と出現度数を記した表である。形容動詞、サ変動詞については、語幹部分の語構成を扱うこととする。また、形容詞（ナウイ）、動詞（サボる）は単純語として扱う。

本調査で得られた外来語のうち、単純語は異なり語数663語、延べ語数は1665語である。単純語は、異なり語数では全体の47%を占め、延べ語数では62%を占める。合成語は、外来語同士が結びついた語と、和語や漢語と結びついた混種語とに分けられる。外来語同士の合成語は、異なり語数131語、延べ語数194語である。異なり語数では全体の9%、延べ語数では7%にすぎない。和語や漢語と結合してできた合成語（混種語）は異なり語数625語、延べ語数813語である。異なり語数では全体の44%、延べ語数では全体の30%を占める。

以上のことから、本稿で抽出された外来語は、異なり語数ではわずかに合成語の方が多かったが、延べ語数では単純語が6割、合成語が4割の比率になっていることや、単純語の平均出現度数は2.51度数であるが、合成語は1.33度数であるという結果からも、単純語のほうが合成語よりも繰り返し出現することがわかる。

5.2 出現度数との関係

表2より、語構成と出現度数の関係について考察する。異なり語数全体（1419語）で、単純語と合成語（混種語＋外来語同士の合成語）の比率を計算すると、663語：756語＝47%：53%と、わずかに合成語の方が多。では、出現度数別に見ると、どのような比率になっているだろうか。度数1の語（973語）では、単純語：合成語＝37%：63%であるが、度数2（220語）では、単純語：合成語＝60%：40%と逆転し、度数3以上の語（226語）では、単純語：合成語＝77%：23%となる。度数1の語では、合成語の方が単純語の1.8倍多いが、度数2の語では、その関係が逆転し、単純語の方が1.5倍多くなる。また、度数3以上の語では、単純語の方が3.3倍多くなる。以上のことから、度数1の語においては合成語の方が多いが、出現度数が高くなるにつれ、単純語の比率

表2 出現度数および語構成表

| 出現度数 | 語数 | 単純語 | 合成語 | | |
|--------|------|------|------|-------|------|
| | | | 合計 | 外来語同土 | 混種語 |
| 71 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 26 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 22 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 18 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 17 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 16 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 15 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 14 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 13 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 |
| 12 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 11 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 |
| 10 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 9 | 8 | 7 | 1 | 0 | 1 |
| 8 | 9 | 9 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | 12 | 9 | 3 | 1 | 2 |
| 6 | 9 | 9 | 0 | 0 | 0 |
| 5 | 35 | 28 | 7 | 0 | 7 |
| 4 | 35 | 28 | 7 | 0 | 7 |
| 3 | 96 | 62 | 34 | 7 | 27 |
| 2 | 220 | 133 | 87 | 22 | 65 |
| 1 | 973 | 357 | 616 | 100 | 516 |
| 異なり語数 | 1419 | 663 | 756 | 131 | 625 |
| 延べ語数 | 2672 | 1665 | 1007 | 194 | 813 |
| 平均出現度数 | 1.88 | 2.51 | 1.33 | 1.48 | 1.30 |

が高くなることがわかる。

次に、出現度数別の比率を見ると、全体（1419語）では、度数1の語は68%、度数2は16%、度数3以上の語は16%を占める。単純語（663語）では、度数1の語は54%、度数2は20%、度数3以上の語は26%を占める。それに対し、合成語（756語）では、度数1の語は81%を占め、度数2は12%、度数3以上の語は7%にすぎない。単純語では、度数1が54%にすぎないのに対し、合成語では、81%にもなる。このことから、単純語には繰り返し出現する度数2以上の語が多く、合成語にはたった1度しか出現しな

い度数1の語が多いことがわかる。

6 高頻度語彙および広範囲語彙

6.1 高頻度語彙および広範囲語彙

本調査における高頻度語彙とは、どのような語であろうか。表3は、高頻度語彙の上位39位までの51語を度数順に並べたものである。

これらの語は、ある投書で繰り返し出現した語と、複数の投書に何度も出現した語とに分けられる。投書においてよく使用された語を知るためには、後者について特に調べる必要がある。そこで、それぞれの語がいくつの投書に出現したのかを数えてみる。そして、たくさんの投書に出現した語を本稿における「広範囲語彙」と呼ぶこととする。

51語のうち、出現した投書数が7以上の語は次の29語である。

(投書数59) テレビ (22) ニュース (18) マスコミ (14) サラリーマン (12) イメージ, スピード (11) オリンピック, バス (10) ショック, タクシー, ドア (9) パン, ルール (8) アルバイト, エネルギー, オートバイ, クラス, コンク

表3 出現度数順語彙表 (51語)

| 順位 | 度数 | 外来語 |
|----|----|---|
| 1 | 71 | テレビ |
| 2 | 26 | ニュース |
| 3 | 22 | マスコミ |
| 4 | 18 | オリンピック |
| 5 | 17 | サラリーマン, バス |
| 7 | 16 | ドア |
| 8 | 15 | スピード, トイレ |
| 10 | 14 | トンネル, パン |
| 12 | 13 | イメージ, タクシー, タバコ (たばこ), ランドセル |
| 16 | 12 | ホーム (駅), ルール |
| 18 | 11 | オートバイ, ショック, スポーツ |
| 21 | 10 | サービス, PKO |
| 22 | 9 | アルバイト, エネルギー, スーパー, スト, 排ガス, ベッド, ホテル, ラジオ |
| 30 | 8 | オレンジ, クラス, コンクリート, スローガン, チャンス, デモ, トップ, ドライバー, メーカー |
| 39 | 7 | グリーン車, グループ, システム, デパート, テレビ番組, パーティー, バイク, ペン, ボランティア, マイカー, マナー, メス |

リート、スポーツ、トイレ、ホーム（7）サービス、チャンス、テレビ番組、トップ、ドライバー、ペン、メーカー、ラジオ

この29語は、投書欄において、高頻度であるだけでなく、いくつもの投書に幅広く使用された広範囲語彙であり、定着度の高い語である。「テレビ」の出現度数、出現投書数の圧倒的な多さは1953年のテレビ放送開始以降、白黒テレビの普及、そしてカラーテレビの普及によって、テレビが各家庭の団樂の中心的位置を占めるようになる、という時代の流れと合致している。上位3語は、国民にとって主要な情報源である「テレビ」「ニュース」「マスコミ」であった。国民が「テレビ」「ニュース」「マスコミ」に接触する機会が多いことや、これらを見たり聞いたりして投書を書くことが多いことを表している。「ラジオ」「テレビ番組」も同類である。「サラリーマン」「ドライバー」「メーカー」は人や団体を表す。「イメージ」「スピード」「ルール」「チャンス」は専門的な抽象語でなく、日常生活でもよく使用される語である。「オリンピック」は世界的行事である。乗り物に関する語「バス」「タクシー」「オートバイ」「(駅の)ホーム」や衣食住に関する語「ドア」「パン」「トイレ」は、いずれも我々の生活に身近なものばかりである。人の活動、行動を表す語は「アルバイト」「スポーツ」「デモ」である。「ペン」は、出現した7度数中3度数は「ペンを取った」という慣用句で、投書を書くにいたった動機を説明する場合に使用された。

これらの29語には、難しい用語や専門的な用語は全く入っておらず、いずれも日常生活でよく使用する身近な語ばかりである。これは、この投書欄が、読者の目線で、また読者の言葉を使って、身近な出来事についての意見を書く場所であるからである。このような性格を持つ投書欄においてよく使用される外来語とは、つまり、国民がそれらの語を見聞きするだけでなく、実際に書いたり話したりする、定着した語であるといえる。

6.2 広範囲語彙と出現期間

これら29語は、40年間を通して、長い間出現したのだろうか、ある一時期に集中して出現したのだろうか。広範囲語彙の定義を「たかさんの投書に出現した語」という出現投書数だけでなく、「長い期間にわたって使われ続けた語」というように出現期間にも拡張することができるだろう。

上記の29語を、5年ごとに8つの期間に区切り、各語がどのように出現したのかを調べたものが表4である。表4より、すべての期間に出現した語は「テレビ」「サラリーマン」の2語であることがわかる。7つの期間に出現した語は「イメージ」「スポーツ」「ニュース」「バス」、6つの期間に出現した語は「オートバイ」「ショック」「スピード」「テレビ番組」「マスコミ」であった。この11語は、40年間にわたって、まんべん

表4 各期間の出現投書数

| 外来語（投書数） | 60-64 | 65-69 | 70-74 | 75-79 | 80-84 | 85-89 | 90-94 | 95-99 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| テレビ (59) | 2 | 10 | 6 | 4 | 9 | 13 | 9 | 6 |
| ニュース (22) | 1 | 5 | 4 | 1 | 2 | 5 | 4 | 0 |
| マスコミ (18) | 1 | 0 | 2 | 4 | 4 | 0 | 1 | 6 |
| サラリーマン (14) | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 |
| イメージ (12) | 0 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| スピード (12) | 2 | 2 | 4 | 0 | 1 | 0 | 2 | 1 |
| オリンピック (11) | 4 | 0 | 2 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 |
| バス (11) | 1 | 1 | 0 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| ショック (10) | 1 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 1 | 3 |
| タクシー (10) | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 4 | 0 |
| ドア (10) | 0 | 1 | 2 | 0 | 2 | 2 | 3 | 0 |
| パン (9) | 0 | 3 | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| ルール (9) | 0 | 2 | 2 | 0 | 1 | 3 | 0 | 1 |
| アルバイト (8) | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 |
| エネルギー (8) | 0 | 1 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 1 |
| オートバイ (8) | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 |
| クラス (8) | 0 | 2 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 | 2 |
| コンクリート (8) | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 2 | 0 | 1 |
| スポーツ (8) | 1 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| トイレ (8) | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 2 |
| ホーム (8) | 0 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| サービス (7) | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| チャンス (7) | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | 1 | 1 |
| テレビ番組 (7) | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| トップ (7) | 1 | 0 | 0 | 1 | 4 | 0 | 1 | 0 |
| ドライバー (7) | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 3 | 0 | 1 |
| ベン (7) | 0 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| メーカー (7) | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 1 |
| ラジオ (7) | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 |

40年間の新聞投書欄に見る外来語の定着

九五

なく出現した語であり、定着度が特に高い語である。これらの語は、情報（源）「テレビ」「ニュース」「テレビ番組」「マスコミ」、人「サラリーマン」、活動「スポーツ」、乗り物「バス」「オートバイ」をあらわす語と、抽象語「イメージ」「ショック」「スピー

ド」とに分けられる。これらは、時代を反映した特徴的な語ではなく、日常生活において普通に使用される語である。我々にとって身近で、日常生活に必要な語であるために、長い間使われ続けたといえよう。

また、8つの期間のうち、半分以下（4つ以下）の期間にしか出現しなかった語は29語のうちの2割にあたる6語（「オリンピック」「トイレ」「トップ」「ペン」「メーカー」「ラジオ」）のみであった。これらの6語は、出現投書数だけでは広範囲語彙であるが、出現期間という点も含めて考えると広範囲語彙からは省かれてしまうものである。広範囲語彙を選定するためには、出現投書数と出現期間をあわせて調査することで、信頼性の高い結果が出ると考える。出現期間については、出現した最初の年と最後の年との間の年数を数えるという方法もあると考えられるので、今後の課題としたい。

6.3 合成語の出現投書数

表2より、高頻度語彙のほとんどが単純語であることがわかった。そのため、高頻度語彙だけでは、合成語の使用実態が見えてこない。そこで、広範囲語彙という観点から合成語をとらえてみることにする。

それぞれの合成語がいくつの投書に出現したかという投書数を調査すると、外来語同士の合成語のうち、1つの投書にしか出現しない語は131語中111語（85%）にのぼる。以下に2つ以上の投書に出現した20語を記す。

（投書数18）マスコミ （5）マイカー （3）エコノミックアニマル、ゴールデンウィーク、ゼネスト、マスメディア （2）カラーテレビ、カルチャーセンター、サービスステーション、ショーウィンドー、ダイレクトメール、ダンプカー、プラスアルファ、ボーイスカウト、ユースホステル、リアルタイム、レジャーブーム、ワープロ、TVニュース、ビタミンC

次に、混種語では、1つの投書にしか出現しない語は625語中574語（92%）にのぼる。2つ以上の投書に出現した混種語は625語のうち51語（8%）しかない。そのうち、3つ以上の投書に出現した語は18語（3%）のみである。2つ以上の投書に出現した語を以下に示す。

（投書数7）テレビ番組 （5）老人ホーム （4）サラリーマン家庭、地域エゴ、排ガス、ローカル線 （3）クラブ活動、コスト高、ゴルフ場、省エネ、石油ショック、テレビ局、電機メーカー、排ガス規制、ビニール袋、マスプロ教育、窓ガラス、ローマ字 （2）赤字ローカル線、一般サラリーマン、菓子パン、ガラス張り、行政サービス、口コミ、クラシック音楽、高層アパート、混成チーム、サービス向上、ジェット機、スーツ姿、ストレス解消、スパイ行為、スポーツ界、相撲ファン、

タクシー運転手、テレビ関係者、テレビ放送、トイレ掃除、特別養護老人ホーム、
 トップ記事、バランス感覚、パン食、ピンポン球（玉）、プロ野球、プロ野球ファン、
 ボランティア活動、ムード的な、メーカー側、ランク付けする、リズム感、ル
 ール違反

上記の20語と51語はいずれも、少なくとも2つ以上の投書に出現していることから、
 一時的に結合した、その場限りの合成語ではなく、普段から使用されている語であると
 考えられる。

外来語同士の合成語の20語には、和製英語が4語（「カルチャーセンター、ゴールデ
 ンウィーク、プラスアルファ、マイカー」）、略語が4語（「カラーテレビ（カラーテレ
 ビジョン）、ゼネスト（ゼネラルストライキ）、マスコミ（マスコミュニケーション）、
 ワープロ（ワードプロセッサ）」）あった。これらは特に日本語化が進んだ語であると
 言えよう。

混種語の51語のうち、漢語と結合した語が40語ともっとも多い。これは、漢語の造語
 力の強さを表しているといえる。和語と結合した語は「ガラス張り、口コミ、コスト高、
 スーツ姿、相撲ファン、ビニール袋、ピンポン球、窓ガラス、メーカー側、ランク付け
 する」の10語である。和語と漢語の両方と結合した語は、「赤字ローカル線」の1語の
 みである。また、上記の語の中には、「排ガス—排ガス規制」、「プロ野球—プロ野球フ
 ァン」「ローカル線—赤字ローカル線」というように、「排ガス、プロ野球、ローカル
 線」という合成語をもとにして、さらに別の語と結合し、あらたに合成語をつくるもの
 もある。このような語は、合成語自体がひとつの成分となっており、一語意識が強い語
 であるといえる。

7 品詞について

表5は、本調査で得られた外来語の品詞分布の表である。

外来語のほとんどは名詞である。本調査においても、名詞は異なり語数でも延べ語数

表5 品詞分布表

| 品詞 | 異なり語数 (1419語) | 延べ語数 (2672語) |
|------|---------------|--------------|
| 名詞 | 1341 | 2550 |
| サ変動詞 | 50 | 75 |
| 動詞 | 1 | 1 |
| 形容動詞 | 26 | 45 |
| 形容詞 | 1 | 1 |

でも約95%を占める。動詞は「サボる」の1語、形容詞は「ナウい」の1語のみであった。また、名詞の中に、「形容動詞の語幹+さ」の形で出現した「ドラマチックさ」もあった。

サ変動詞は、名詞に「一付け、入り、イン、アップ、アウト」を付けることで、より多くの語をつくりだしていた。形容動詞には、英語において形容動詞をつくる接尾辞「-ous, -ic, -ish, -y」を語尾に持つ語（ユーモラス、アカデミック、エネルギッシュ、スピーディーなど）が7語あった。年代別に見ると、60年代には形容動詞は4語しか出現せず、70年代に増加する。サ変動詞は、60年代にもすでに11語出現していた。本調査で2つ以上の投書に出現したサ変動詞と形容動詞を以下に記す。ただし、活用語尾は省略する。

サ変動詞（14語）

（投書数6）チェック（4）アピール（3）エスカレート、ダウン（2）アナウンス、クローズアップ、ゴールイン、スケッチ、スタート、ストップ、パス、ランク付け、リード、PR

形容動詞（9語）

（投書数5）スマート、ナンセンス（3）ユーモラス、ルーズ（2）エゴイステイック、ショック、スムーズ、フル、ユニーク

8 頻出する外来語の成分

本調査においては、合成語の異なり語数が721語と、全体の半数以上を占めていた。では、合成語の成分としてよく出現した外来語とはどのような語であろうか。それを明らかにするために、語をM単位^⑤に分解し、成分としての外来語の数を数え直す。

他の成分と結びついて、多くの合成語をつくる外来語成分の上位5語は「ガス、テレビ、サービス、エネルギー、センター」であった。各成分を持つ合成語は以下の通りである。

○ガス（20語）

（ガス ー）ライター、会社、器具、検知、事故発生、自動探知機、抜き、抜き期間、抜き坑道、抜き作業、抜きボーリング、抜き率、爆発、湧出、料金

（ー ガス）天然、毒、排、排気

（ー ガス ー）排・規制

○テレビ（16語）

（テレビ ー）映画、画面、関係者、局、ゲーム、コマーシャル、新番組、政治討論、

対談中, 中継, ニュース, 番組, 文化, 放送

(一 テレビ) カラー

(一 テレビ 一) 各・局, 民放・局

○サービス (13語)

(サービス 一) ステーション, カー, 機関, 向上, 残業, デー, 料, 業

(一 サービス) アフター, 行政, 電話料

(一 サービス 一) 政府刊行物・センター, 郵便・デー

○エネルギー (11語)

(エネルギー 一) 価格, 活用, 恐怖, 政策, 転換時, 問題

(一 エネルギー) 自然, 省

(一 エネルギー 一) 省・対策, 代替・開発, 自然・化

○センター (11語)

(センター 一) 試験

(一 センター) カルチャー, 官庁出版物, ギフト, ゲーム, 社会教育, ショッピング, シルバー, 政府刊行物サービス, メディカル, ランゲージ

上記5語に次いで多いのは、「カー」(10語), 「パン」(9語), 「クラブ, システム, ニュース, メーカー, レベル」(8語), 「ゲーム, スポーツ, プーム, ホーム(home)」(7語), 「インフレ, ガラス, コース, シーズン, テスト, マーク, マイ, マス」(6語)の19語である。

一般的に, 外来語は造語力がそれほど強くないとされるが, 上記の24語は, 造語力が強く, 日本語化が進んだ語であるといえる。上記24語を組み合わせると, 「ガスセンター, テレビカー, エネルギーサービス, マイホーム, ガラスメーカー, スポーツシーズン」などたくさんの語をつくることができる。

上の24語のうち, 合成語の成分としてだけでなく, 単純語としてもよく出現した「エネルギー, ガス, コース, サービス, システム, スポーツ, テレビ, ニュース, パン, マーク, メーカー」の11語は, よく定着した語である。単独で出現せず, 合成語の成分としてのみ出現した語は「カー, テスト, プーム, マイ, マス」の5語であった。これらは接辞的要素としてよく用いられるものである。

合成語における外来語成分の位置について調べてみると, 上記24語のうち, 前項成分になりやすい語は「エネルギー, ガス, スポーツ, テレビ, マイ, マス」で, 後項成分になりやすい語は「カー, ゲーム, コース, シーズン, システム, センター, プーム, ホーム, マーク, メーカー, レベル」, どちらにもなりやすい語は「インフレ, ガラス,

クラブ、サービス、テスト、ニュース、パン」であった。

9 外来語の定着について

5節から8節まで、調査結果を「出現度数と語構成」「高頻度語彙と広範囲語彙」「品詞」「造語力」という面から見てきた。これらの結果を定着という観点からまとめてみる。

5節においては、出現度数と語構成との関係について見た。高頻度語彙の9割を単純語が占めており、度数1の語の6割を合成語が占めている。投書欄では、単純語の方が合成語よりもよく使用される。

6節においては、まず高頻度語彙51語を明らかにした。また、広範囲語彙という概念を取り入れた。高頻度であるだけでなく、多くの投書に出現した29語は、投書欄において特によく使用される広範囲語彙であり、定着した語である。さらに、広頻度語彙の定義を出現投書数だけでなく、出現期間にも拡張することで、「日常生活において長い間、多くの人々によって使用されてきた、日本語の中に定着した広範囲語彙」を明らかにすることができた。外来語の定着を測るためには、この広範囲語彙という考え方が特に重要である^⑥と考える。今後、林四郎（1971）などを参考にして、広範囲語彙について検討を進め、稿を改めて論じたい。

次に、広範囲語彙という観点から合成語をとらえた。合成語（外来語同士の合成語や混種語）のほとんどは、1つの投書にしか出現しなかったことから、外来語の合成語の多くは、一時的に結合した、その場限りの合成語であるといえる。投書2つ以上に出現した外来語同士の合成語20語、混種語51語は、一時的に結合した語でなく、合成語として普段から使用されていると考えられる。外来語同士の合成語では和製英語4語、略語4語が、混種語では、混種語がひとつの成分となって新しい合成語をつくる語が、より定着している。

7節においては、外来語のほとんどが名詞であることにふれた。名詞は、日本語化する際に形態的な語尾特徴が要求されないため、日本語への取入れが容易である。それに対し、形容動詞やサ変動詞は単語形成に形態的な制限があり、日本語に取り入れられにくい^⑦ため、外来語の日本語化の進み具合を示すものである。形容動詞26語、サ変動詞50語、形容詞（ナウい）、動詞（サボる）、形容動詞の語幹+さ（ドラマチックさ）の計79語は外来語の日本語化が進んだ語である。

8節においては、造語力の強い外来語を明らかにした。他の成分と結びつきやすく、新たな合成語をたくさんつくる、造語力の強い外来語成分は、日本語化がかなり進んでいるといえる。造語力が強い24語、特にその中でも単純語としても合成語の成分として

もよく出現する11語は、すっかり日本語の中にとけこんだ、我々にとって必要不可欠な語であるといえよう。

10 おわりに

本稿では、投書欄における外来語の使用実態を明らかにし、「どのような外来語が日本語の中に定着しているのか」という外来語の日本語化の問題について考察した。日本語に定着した外来語の実態を知るためには、さまざまな視点からの調査が必要である。また、個々の語について見ていく必要もあるだろう。今後、さらに調査を進め、外来語の定着や日本語化について考えていきたい。

〈注〉

- ① 橋本和佳 (2001) 「社説に見られる外来語」『同志社国文学第54号』p65-77, 同志社大学国文学会
- ② 助数詞は社説の調査でも調査対象から除いたため、本調査でも同じ扱いとした。本調査で除いた助数詞は異なり語数169語、延べ語数222語であった。ローマ字表記語のうち、Aさん、T社など、名前のイニシャルは調査対象から除いた。
- ③ W単位については、鶴岡昭夫 (1980) 「高校教科書用語調査の言語単位について」『電子計算機による国語研究X』p20-51 国立国語研究所を参照のこと。
- ④ 詳しくは、注①を参照のこと。
- ⑤ M単位については、注③を参照のこと。
- ⑥ 林四郎 (1971) 「語彙調査と基本語彙」『電子計算機による国語研究Ⅲ』p1-35 国立国語研究所

〈参考文献〉(〈注〉以外の文献を記す)

- 石綿敏雄 (2001) 『外来語の総合的研究』東京堂出版
- 国立国語研究所 (1973) 『電子計算機による新聞の語彙調査 (IV)』秀英出版
- 国立国語研究所 (1983) 『高校教科書の語彙調査』秀英出版
- 国立国語研究所 (1987) 『雑誌用語の変遷』秀英出版
- 斎藤倫明、石井正彦編 (1997) 『日本語研究資料集 語構成』ひつじ書房
- 佐竹秀雄 (2001) 「新聞投書欄の片仮名表記—1999年の新聞3紙を資料として—」『武庫川女子大学言語文化研究所年報』第13号 武庫川女子大学言語文化研究所
- 山田俊雄、築島裕、白藤禮幸、奥田勲編 (1985) 『新潮現代国語辞典』新潮社