



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	現代社会と言葉・コミュニケーションの問題：ドイツ語と日本語の外来語をめぐって
Author(s)	川島, 淳夫
Citation	独語独文学科研究年報, 11, 1-15
Issue Date	1985-01
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/25689
Type	departmental bulletin paper
File Information	11_P1-15.pdf



現代社会と言葉・コミュニケーションの問題 — ドイツ語と日本語の外来語をめぐって —

川 島 淳 夫

0. あるテキストの分析は意味的承接関係、結束関係の観点から行うことも、語彙の構成の面から行うことも可能であり、あるいは統語論的關係の分析もありうるが、ここでは日本語のテキストに現われた外来語の一面を捉えることによって、現代社会において外来語の果す役割について特にコミュニケーションの視点から考えてみたい。

1. 言葉からみた現代社会の特徴

現代社会が情報社会、つまり言葉によって成立している社会であることは言うまでもない。そして言葉はいつの時代にも、どの国にも、どの社会にもあり、文明社会であれ未開民族の社会であれ、どこにもほぼ完全な形で存在している。現代社会のような高度に発達した社会では言葉の果す役割が何よりも重要なものとなっている。いや、言葉によって高度に文明化した現代社会が成立し得たのだというべきかも知れない。

現代の社会はその仕組みがますます複雑になって来ているが、この複雑な社会を成立させているものは法律であり、政治であり、経済であり、かつまたそれを維持して行くための知識の賦与が教育であり、道徳であろうが、それらを担い可能ならしめているのが言葉である。法律も成文化されない掟であったとしても、やはり言葉で成り立っていた。文字の発明された社会では文書の形をした成文化された法律があり、社会秩序の維持に役立っている。このように言葉は眼に見えない存在であれ、文字のように見える形であれ、たえず人々によって使われ、また使われることによってその存在が確かめられるという性質のものである。

現代社会において言葉の果す役割は確かに大きなものがあるが、言葉はプラスの面ばかりでなくマイナスの面もあわせもっている。子供の誘拐事件では犯人は言葉によって金品を脅し取ろうとするし、ただ一つの言葉が人を死に追いやることも稀ではない。言葉には悪魔的力があるということが出来る。

言葉の使用と言葉のもつ力については言語実用論、発話行為理論がこれを研究対象としている。言葉を使うということは一つの行為であり、単に語るということにとどまらず、約束をする、命令をする、警告をするという行為となることがある。言語実用論や言語行為論がこの問題を扱い最近の言

語学のもっとも関心を惹く分野となっているが、この問題に立ち入る前に、われわれは日常生活において、いかなる言語使用を行っているかを反省しなければならない。われわれは誰にでもすぐ理解されるように話しているか否か。われわれは他人の言葉を聞いてすなおに受け取っているかどうか。新聞、雑誌等に出現する外来語やカタカナ語を全部知っているかどうか。このような問いを自分自身に向けてみると、残念ながら新聞、ラジオ、テレビなどから入って来る言葉は、必ずしも理解可能ではない。外国語からの流入が急なあまり、理解を超えるものが少くないのである。たとえば、新聞の一日分の紙面に1400近くの外来語が見出される。〔朝日新聞、朝刊1983年2月10日版、第1面から第24面までに、1442語の外来語が数えられた。〕もちろん、その中にはアメリカ、イギリス、フランス；レーガン、シュミット、シュルツといった固有名詞も数多く含まれているが、外来語と日本語の混成語も少くない。ポルノ映画、トップ会談、OA革命、研究データ、ロケ隊、板チョコ、入試センター、留学コース、プロ界等々、枚挙にいとまがない。こうした外来語の氾濫は、現代日本の社会を反映しているものといっても過言ではないであろう。コンピューター関係の用語、たとえば、ソフトウェア、ハードウェア、マイコン、パソコン、プログラミング、マンツーマン等々。建築用語、女性の化粧品や衣類の名称など新しい物品の輸入と新製品の開発に伴って、泉のように外来語が湧出している。かつては外来語は船に乗ってやって来たが、今や日本で即製造されるので「輸入」に時間がかからない。以前は耳から入った言葉としてハンカチやハンケチ、ミシンがあったが、今では英語を知っている人が自らカタカナ書きにしてハンカチーフ、マシーンと書き、自家製のカタカナ英語が、外来語という名のもとに新聞などのマスメディアをわがもの顔に大手を振っている。マスコミュニケーションのような長い単語はマスコミとなり、パーソナルコンピューターは、パソコンとなり完全に日本語化している。マスコミ、マイコン、エアコンなどは省略法により生まれた合成語で、これは外来語を基盤とした和製英語である。というより英語風の日本語である。日本人のこうした造語力は注目に値する。その一例に何々マンというのがある。銀行マン、証券マン、広告マン、デパートマン、アンテナマン、オタスケマン、ガンバルマンなど傑作な合成語がある。もちろん、これらの単語はセールスマン、フレッシュマン、ビジネスマン、スーパーマンなど、正式の英語からの連想、類推によって作られたもので、イエスマン、アイディアマン、ジャズマン、営業マンなど～マンは拘束形式の形態素として日本語の中に入り込んだのである。マンと同様に、独立性はないが合成語に用いられるものに～カーがある。マイカー、サイドカー、カープラザ、ベビーカーなど。～マンは～人^どとパラレルに用いられる形態素で、文化人、吉里吉里人、大学人などの～人と競合している。

外来語が完全に日本語化したものを借用語といって、新しい外来語と区別する場合があるが、わが国には昔から中国語(漢語)が入って、英語からの外来語に対し、ほとんど外来語と感じられないものがある。現代中国語から入ったメンツや一辺倒などですら外来語の匂いがなく、ゼニ(銭)

に至っては全く外来語を感じさせない。昔は中国からの言葉が外来語のすべてであったといっただけであったが、現在では圧倒的に英語からの外来語が多く、これは単に多いばかりでなく、日常生活に欠くことのできない重要な要素ともなっている。コンピューター Computer は英語でも、ドイツ語でもロシア語でもコンピューターであって、このようにある種の単語は世界共通のことばとなっている。世界の言語のバベルの塔の話にあるように、言葉が分化した時代が存在したのに対し今では、技術の進歩にともなって、世界に共通する言葉が少くとも語彙の面に現われつつあるのであって、これは現代社会の一つの特徴であるといっただけであろう。

こうしたカナ書き英語、外来語は新聞紙面を埋め、ファッション界、映画界、日常娯楽界等々、いたるところに浸透している。

1983年3月8日付の朝日新聞記事「〈消費者好みは専門化〉主婦の選んだ有望商品番付」に「主婦の選んだ時代のキーワード」という項目があり、この10項目の中にも外来語が入っている。

「キーワード」という項目自体、外来語で、一昨年のベストテンは ①ルンルン、②ぶりっ子、③アラレちゃん、④シェイプアップ、⑤熟年、⑥パンツルック、⑦行革、⑧ひょうきん族、⑨エアロビックス、⑩自然食となっている。このうち④、⑥、⑨が外来語で3割が外来語ということになる。1983年のベストテンは①節約、②自然食、③エレクトロニクス、④行革、⑤ダブルポケット（共かせぎ）、⑥新体操、⑦健康、⑧シェイプアップ、⑨エアロビックス、⑩成熟社会となって、一昨年は幼児的、稚拙なものへの志向を見せたのに対し、1983年は節約第一主義の不況型であったといわれる。1984年ならさしずめ、パソコン、オリンピックなどがキーワードに加わるであろう。ここで指摘したいことは、時代のキーワードの中に外来語が、しかも流行語が含まれているということであり、一種の時代感覚がこれらのキーワードの中に見られることである。

同じ新聞について見ると、平均して80語が一頁にみられる。たとえば、エネルギー、スーパー、プリント、データ、生ビール、代替エネ、ケーブルテレビ、クラウン、ダウ、ミリリットル、キロワット、サービス、ノウハウ、アルプス、コンスターチ、コンピューター、グループ、スタート、ビール、スクーター、2サイクルエンジン、グルメ、タオル、パーソナルコース、ボディ、宅配サービス、サンローラン、ルームアクセサリー、スタイル、サラダオイル、ファッション、カルシウム、イージークッキング、カルダン、ビタミン、キーワード、ジバンシー、マイクロコンピューター、ベストテン、ビデオディスク、パンツルック、ベラ、スポーツウェア、エアロビクス、デザイナースタイル、マイコン、エレクトロニクス、バスローブ、ホットカーペット、シェイプアップ、タオルエプロン、カラオケセット、ワイドショー、タオルチーフ、ケーキ、コンサート、テニス、ヒット、レコード、ゴルフ、スプレーンヨーグルト、テープ、ベース、イメージ、レストラン、メルヘンなど。ここで興味があるのは、外来語を見ただけで、その紙面が政治面なのか、経済面なのか、といったテキスト内容が推定できるほど外来語が多いということである。政治面であれば大統

領の名前や国名、地名、軍事用語、核ミサイルだとかゼロオプションだとかいう言葉がでており、経済面にはOPEC、イラン、サウジアラビア、ペルシャ湾、アラブ、クエート、インドネシア、ドル、バレル、アフリカ原油、ハリファ原油などが並ぶ。広告面となると実に多様である。

スタートライン、コース、タイプ、エリートサラリーマン、デザイン、スチュアーデス、エネルギー、ファッション、メンズファッション、ウーマン・パワー、ジャーナリスト、グラフィックデザイン、カリキュラム、ジャーナリズム、インテリアデザイン、ドラフト、ファッションデザイン、エアコン、トレース、ビジネス・スクール、オフィスコンピューター、スポーツセンター、パーソナルコンピューター、クラス、ワードプロセッサー、デラックス、電子タイプライター、パソコン、トラベルガイド、ジュエリーデザイン、アシスタント、ディスプレイ、カレッジコース、ジュニアコース、ハンディクラフト、マスコミデザイン、アニメーション、スタイリスト、コピーライティング等々。これらは職業紹介の広告記事に含まれていたものである。広告によっては、外来語の数と内容から、何の記事であるかが判明するほど多くの外来語を集中的に用いている。

1983年に出た集英社版『日本語になった外国語辞典』には、ワードプロセッサーやワープロが出ていたが、12年前に出た三省堂の『外来語辞典』にはこれが見られない。10年間に外来語の様変りがあったしるしである。

一方では外来語を用いて消費者を幻惑したり、商品を高級品に見せたり、消費者の購買意欲をくすぐるような方策もみられる。人目をひく外来語にファッションナブルな、ゴージャスな、デラックスなどの形容詞がある。広告の言語というものが特にあるわけではないのだが、広告文を見るとこんなことに気づく。広告には二種の行き方があるということである。その一つは、広告に出している商品を高級品に見せるために、ふんだんに外来語を用いて読者を煙に巻くやり方である。車の広告、住宅の広告、化粧品の広告などがそれで、これらの広告には物の値段がない。何百万円、何千万円の高い商品であるので、価格は提示せず、その商品がいかに高級なものであるかを印象づけようとするものである。もう一つの広告は値段で勝負といった類のもので、何グラム何百円。一本何円といったもので物の名称と値段の表そのもののような広告文である。これに対し、前に述べた方は、形容詞が目立ち、高級イメージ型の広告である。極端な例として車の広告がある。カナ書き言葉の羅列で、専門用語あり、英語あり、省略語ありで、読者の理解を超えることがらを倦くことなく投げかける。住宅の広告もこれと変りがない。ナチュラル、カジュアル、ハイテック、ナチュラルなインテリア。オーソドックスな中み。ダークオーク色の籐家具のリビングセット。ニレフロリングの床。落ちついたベージュ色のジャンボループ・コーナーカーペット。シンプルなペンダントライト。グレビレアの緑を部屋全体のアクセントとしてあしらひ、チェアに置くクッションカバーをカーテンと同じ生地で作ってみるのも、ちょっとしたインテリアアイディア。30代ならカジュアルなインテリアでまとめてみる、北欧パインフレームに明るい色のコットンキャンバス、

クッションのチェアセット。テーブルもパインで揃えてみてはいかが。といった具合で、さらに次のような単語が後続する。カーテン、ポイント、クッション、ランチョンマット、グリーンインテリア。ブライダルベール、ランプ、タペストリー、シルバー、シンプル、モダン、クロームメッキ、スチールフレーム、スモークテーブル、少しメタリックなバーチャルブラインド、ニレフローリング、シュールな感じのミルクブッシュ。コントラストの強いインテリア。これはわずか18行の広告に含まれている外来語である。

ところで、広告とは異なるが、外来語の使用頻度がいちじるしく高いことからテキストの内容が外来語をみただけで推測される場合がある。外来語は散在するものという考えからすれば奇妙に思われるが、テキストの種類によっては、外来語の方が日本語の単語より多いという現象も稀ではない。安倍北夫氏の「川治と庄川をわけるもの」という文章についてみると、外来語と漢語の両面からその内容を推定することができるほどである。次の語を参照されたい。

観光ホテル、老人クラブ、グループ、メンバー、コンクリート、カメラ、メモ、ヘルメット、ロビー、ゲームセンター、ゲーム、バー、ジュース、ルート、ダンスホール、ショーダンサー、チェック、レベル、マーク（適マーク）、ホテル・ニュージャパン、スイッチオフ、ブロック、ベル、非常ベル、ホテル火災、等々。

これらの外来語を見ると老人クラブの人々が観光ホテルに宿泊し、ホテルの中でゲームに興じた後、不幸にしてホテル火災にあったことが推測される。広告文にかぎらず、一般の文章の中にも、このように多くの外来語が取り入れられているということは、日本語の語彙、いや日本の社会そのものが外来語によって支えられつつあることを示すものである。

漢語を別とすれば、日本語に外来語が入り始めたのはポルトガル語からであると思われるが、古い時代に入ったものは、物と一緒に入ったのでパン、ガス、ガラス、ハンカチ、ミシン、タバコなどはほとんど外来語という感じを与えない。夏目漱石の『猫』（『我輩は猫である』）に出てくる外来語は212語（であったの）であるが、そのうち日常語はタバコ、ページ、バイオリン、ペン、ポケット、カステラ、ジャム、シャツ、クラブ、ステッキ、ランプ、ズボン、バター、ナイフなど約60語で、このように比較的古い書物に出てくる外来語はほとんど日本語化して外国語の匂いが薄れている。

ところで、ドイツにおける外来語の状況はどうであろうか。1910年に出たJ.Chr. A. Heyseの外来語辞典（19版）にも1969年版のHerder外来語辞典にも、ミニスカート（Minirock）は出ていないが、1971年版のMackensen現代外来語辞典にはこれがでていいる。同じくKarl Peltzerの外来語辞典（1971）にもMinirockが出ていいるが、流行後二、三年後には辞書に登録されたことになる。Wilhelm Liebknechtの外来独逸語辞典、20版（1929）には当然この語はない。Ullsteinの外来語辞典（1972）にはMini-の説明はあるが、Minirockは出て

いない。Duden の外来語辞典（1960）にもある筈がない。Duden・Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, Bd. 4（1978）にはさすがにMinirockばかりでなく、Miniauto, Minibikini, Minicar, Minigolf, Minikleid, Minimantel, Minipille, Minislip, Minispion まで出ている。外来語辞典に採用される語は、物そのものが存在し、その物と名称がかなり一般に知られてから外来語としての認知を受けたものでなければならないが、外来語として認知されないまゝ新聞・雑誌等に現われ、辞典に採用されないうちに消滅して行く語も多い。

ドイツ語の広告文に見られる外来語の多くは英語系のもので、一部ドイツ語と英語の混成語を形づくっているものも見られる。フランス語系の語をドイツ語風につづったものもある。衣類の広告文の中から次のような語が捨い出された。

schick, T-shirts, Shorts, Sweatshirts, Pullover, Minirock, Anorak, Poloshirts, Sommer-Dreß, Overall, Poloheemd, Motivdruck, Polokleid, Stone-washed-Jeans-Jacke, Wash-out-Kombination, modisch, Details, topaktuell, brilliant, Topkollektion, aktuell, elegant, chic, sportlich, superbequem, hochaktuell, Sportswear-Mode, interessant, Saison, stone-washed-Cotton, Netz-shirts, Bikini, Pockets, Bouson, supersoft, Lightwear, attraktiv, hautsympatisch, superleicht, gemixt, sportiv, Multi-colour-Streifen, komplett, formfest, sportives Kostüm, Computer, Manager ; Ronin, Pauk-studio.

二三ページの写真入りの広告の中にこれだけの外来語があり、下着類などが英語・フランス語からの外来語で示されている。supersoft, superleicht のようにsuper- は英語にもドイツ語にもつくし、aktuellの強調形としてtopaktuell, hochaktuellのような流行語が用いられるのも興味ぶかい。PoloheemdとPoloshirtsは日本語になるとポロシャツである。Schickとchicは同じ語であるがドイツ語風とフランス語風のつづりのまゝ並用されている。T-shirts（Tシャツ）はあるがY-shirts（ワイシャツ）はない。外来語の面でドイツ語に入った外来語と日本語に入った外来語が、英独、日英の混成語となっている点で共通しているのも面白い現象である。

Minirock	（ミニスカート）	入試センター
superleicht	（超 軽 量）	トップ会談
superbequem	（超 快 適）	銀行マン
Poloheemd	（ポロシャツ）	板チョコ

ドイツ語では完全な合成語となっていない語、あるいは構成要素を明示するための語にハイフンが用いられているが、日本語ではハイフンを用いない。（中マルを用いることがある。）

Sommer-Dreß（サマードレス）、Multi-colour - Streifen（多色ストライプ）

Stone-washed-Cotton, Wash-out-Kombination

ドイツ語のテキストに外来語が出て来る割合と日本語のテキストに外来語が現われる比率は、おそらく後者のほうが大きいと思われるが、ドイツ語でもMini-, Super-, top-, などの形態素が日本語の～マンと同様に生きた形態素として造語力をもって浸透しているということは特に注目に値する。外来語が完成した形でとり込まれるばかりでなく、形態素として浸透することは、外来語による造語が可能になり、言語を豊かにする原動力となるからである。外来語が文章に入ることによって、文章そのものが美化されたり、簡潔にされたりすることも、外来語の効用の一つであろう。

ここで再び日本語の広告文に戻ろう。次の文章は朝日新聞の広告文「甦る永遠のバスト」(1983.5.27)からのものである。「光も風も、爽やかに歌い出すシーズン。長袖のニットを脱ぎ、シルキーなブラウスに着替えると、女性たちの美しさはいっそう息づく。しなやかな脚、新鮮な腰のライン——とりわけ優美でまぶしいバストのふくらみは、男たちの心を弾ませる。豊かで、形よく上向いたバスト——あの美しいシルエットは、男たちがイメージで泳ぐ海。日本中の女性を輝かせ、男たちの海を広げた<エストロ・ラブ>。女性たちの憧れを乗せたアメリカ生まれのラブとは・・・」一つのセンテンスに一つの外来語をうまくあしらって、文章を引き立たせ、文章を美化するのに役立たせた広告マンの腕前はみごとである。

さてもう一つ「天声人語」(1983.5.30)から「～マン」に対し、「～人」を指摘した文章をみてみよう。銀行マン、カメラマン、アンテナマン、という系列に対し「デジタル人」、「ペン人」「ビール人」「発展途上人」、「サラダ人」、「シジマチ人」「クレナイ人」「イトモ人」、「ハキョク人」、「ドクリツ人」、「吉里吉里人」などが示され、何々マンと同様に何々人も造語力をもった流行語であることが示されている。「CMの世界で、ナニナニ人というのがやっている。新しいひと、デジタル人、あんたも発展途上人、といった具合である。ほかにペン人、ビール人、サラダ人などと新しい人種が次々と誕生している、という話が『電通報』にでていた。新人種はたくさんいます。と若い友人たちが解説してくれた。<シジマチ人> あれをせよ、これをせよの指示を待たないと何もできない人種。指示通り動くのが正解で、正解はただ一つ、と信じている人たちである。子供に限らない。企業にもいる。政界にもいる。<クレナイ人> 親が厳しくしてくれない、教師が話を聞いてくれない、社会が温かくしてくれない、だからオレはこうなると嘆く人種。親は親で、子どもが理解してくれないと嘆き、クレナイ、クレナイの大合唱が続く。<デジタル人> イマイか、しからずんばダサイか、ネクラかしからずんばネアカか、と人間をどちらかに分類したがる人種。二進法の影響だろうか。<イトモ人> いい友だちに恵まれた人。たとえば後藤田官房長官を友にもつヤミ將軍のごとし。ロッキード事件の検察側の起訴事実「でたらめだ」という後藤田発言のあった直後に、土田邸など爆弾事件の無罪判決があった。この時は、「検事はでたらめだ」とはいわなかった。<ハキョク人> ヒロシ&キーボーがあてた歌に「5

年目の破局」がある。困ったもんだぜ、結局、破局ね。冗談じゃないぜ。冗談じゃないわ、なんていう男女の掛け合いを聴いていると、無党派市民連合の分裂劇を演じた人たちの顔が浮ぶ。困ったもんだぜ。困ったもんだぜ。〈ドクリツ人〉「吉里吉里人」が引き金になったのか、ルンルン共和国（大阪）、伊勢湾共和国（愛知）、ヨハンパナウル王国（鹿児島）などのもじり独立国が輩出している。クレナイ体制に反旗をひるがえした人たちである。〈ペン人〉よしなしごとをコラムにつづる最も面の皮の厚い珍種。（1983.5.30）。

こう見てくると、現代社会におけるコミュニケーションが外来語や流行語の力によって生き生きとしたものになっていることがわかる。特に外来語は今日の日本社会からはもはや捨て去ることのできないほど重要な役割を演じていることがうかがわれる。外来語は現代社会を映す鏡ともなっているといっても過言ではない。いまや外来語は固定した表現にとどまらず、新しい語の製造にも大きくかかわっているのである。いわゆる和製英語は、外来語が日本語として定着し、造語力を獲得した結果生まれたものである。skinship, second wife, nighter, cell motor, my pace, my home, my car, second house, smart ball, green, report, high collar, bird week, no-punc tire, no touch, no cut, gas table, all back, all night, order-made. これらは英語の単語が日本語化し、日本語として動き出したものである。今後、英語からの外来語が増加し、漢語にとって代ることがあるとすれば、英語的ベースに乗った日本語が幅をきかすことになるであろう。野球用語がラジオ・テレビでは外来語、新聞では漢語が用いられているという現実があるが、いずれ話しことばに近い表記法が優先される時が来るにちがいない。野球の解説者、アナウンサーは決して「安打/安打!」ときけば「ヒット、ヒット」という。この外来語「ヒット」だけが新聞でも使われるようになるのはしかしかなり遠い将来に属することと思われる。

2. 現代社会における言語行為

以上、日本語に流入した外国語について、特にその役割について見たのであるが、コミュニケーションの立場から言えば、外来語の豊かさ、あるいは過度の外来語の使用はコミュニケーションを阻害する要因となることがある、という点に注目しなければならない。人と人とのコミュニケーションは何よりも先づ、お互が共通の言葉をもつことから始まるわけであるが、難解な外来語や通用範囲のせまい外来語の多用はコミュニケーション不成立の一因となる。しかし、広告文などで一般人の理解を絶するような外来語の大胆な使用がまかり通っていることはすでに指摘したとおりである。言語は何よりもまずコミュニケーションの手段であり、相互理解の手段であるが、外来語も言語の一部であり、十分にコミュニケーションの手段として珍重されているとはいえ、これとてその使用の度がすぎればコミュニケーションの阻害要因となるのである。

一体、言葉というものは真に理解の手段なのであろうか。言語をたんに手段として見るだけでよいものか。

最近の言語理論では、コミュニケーションの手段としての言語という考えとは別に、話すこと自体、一つの行為であるという考えが注目をあびている。さきにふれた言語行為理論、言語実用論においてこの面での考察がなされている。

言語とは何か、という問題はたしかにむずかしい問題であり、従来、多くの言語学者たちはこの問いに答えようとさまざまな角度から言語を眺めてきた。アメリカの構造言語学者の多くは言語手段説を信奉し、ドイツの言語学者はむしろ言語は文化の担い手であり、歴史的所産であるとした。論理学者は言語の一面に関心を示し、真偽の表現の分析を課題とした。これに対し、言語行為理論は、哲学者、ことにイギリスの日常言語学派の John Langshaw Austin によって唱導されたもので、言語はたんに真偽に関わるばかりでなく、真でも偽でもない表現を含んでいるということから出発した。真でもなく偽でもない文章とは、約束、要求、警告、忠告、感謝などの表現であって、これらの表現をすることは同時に行為そのものであるというのである。Austinの著作 „How to do things with words” (1962) に端を発し、John Searle の „Speech Acts” (1969) を経て言語学の分野に多大の影響を与えた言語行為理論は、言語研究に新しい局面をひらいた。すなわち、言語研究が言語の体系的記述から運用面の研究へと拡大されたのである。換言すれば、社会における言語の役割といった言語外的要素と言語とのかかわり、あるいは話し手の意図のように言語内的な意味よりさらに大きなコミュニケーションの目的にかかわる面への研究へと展開したのである。言語の単位が単語や形態素や意義素、音素といった内部構造の単位としてとらえられたのに対し、コミュニケーションの単位は言語行為であるとして、文やテキストは一つの行為として捉え直されるのである。現代社会において言葉の果たす役割は、言葉が発話者の行為そのものとして捉えられてはじめて有効なものとなる。文章の中の一つ一つの単語、(それは外来語を含むこともある)の意味がわかり、その単語の集まりである文章の全体の意味がわかり、さらにその文章を表出する話者の意図がわかってはじめてコミュニケーションは成立つのである。ある文章はそれによって叙述される事態を伝達するばかりでなく、その文章を提出すること自体にある種の意味があるのであって、文章ないしテキストには単語の集合によって生じる意味以上の意味がある。たとえば、

「あしたまた来ますよ」

Ich komme morgen wieder.

という文はたんなる約束として表出されるだけでなく、これが聞き手にとって警告であったり、脅迫であったりする。Ich komme morgen wiederは聞き手と話し手との種々の関係、広い意味での脈絡の如何によって、約束行為ともなり、脅迫行為ともなり、その行為が何らかの意味をも

つのである。日本語にかぎらず、ドイツ語でも英語でも、ある一つの文章は文字通りの意味とその文章全体の背後にある意図的なもの、言外の意味というものがあり、受けとる側の理解の仕方によっては二通りにも三通りにも解釈できるものがある。言語行為理論では、このような場合、文字通りの意味に対し、文章全体のもつ別の意味を発話内的な力と呼んでいる。たとえば疑問文は何かを尋ねるといふよりは、何かを要求していることがある。その要求というのが疑問文の中に含まれている力である。その文章は「要求」という発話行為そのものなのである。「ちょっと窓を開けて下さいますか」と言えば、「窓を開けて下さい」という要求と同じ効力をもつことは、誰しも経験上知っていることである。現代社会では人間関係が非常に複雑で直接要求できない場合が多く、その場合、相手に対し何らかの手段を用いてその要求を実現する。敬語を用いる場合があるが、間接的表現として疑問文で要求することがよく見られるところである。これは発話内的な力を利用した表現なのである。

さて、再びAustinに戻ろう。Austinは人間の言葉の使用を次のように分けている。

①単に音声を発するだけの行為、②交話的な行為、③陳述行為、④発話内的な行為、⑤発話遂行行為。（Searleは①と②を合わせて発話行為③を命題行為④と⑤はAustinと同じく、発話内的行為と発話遂行行為としている。）発話内的行為（Illokution）または発話内的な力（Illokutive Kraft）をAustinはとくに重視して、これを(i)判定宣告型、(ii)権限行使型、(iii)行為拘束型、(iv)態度表明型、(v)言明解説型に分けたが、Searleは(i)言明型、(ii)指令型、(iii)拘束型、(iv)表現型、(v)宣言型に分類した。

どの分類が適当かは別として、われわれの話す言葉はこれらの分類のいずれかに属している。そして文の形式が命令文でなくとも命令の意味が含まれていれば権限行使型あるいは指令型に属し、場合によっては言明型の表現が同時に指令型に属することもありうる。たとえば、ある母親が子供に対して次のように言ったとしよう。

「お母さんは忙しいのよ」

この文章は「私は忙しい」という意味のほかに「今は子供の質問に答える暇がないから、質問するのはやめなさい」とか「あちらへ行きなさい」といった意味にとれる場合がある。こうした言外の意味とか発話内的行為としての「要求」行為、「命令」行為を汲み取ることができるか、できないかは、聞き手の言語能力や理解力、想像力、あるいは社会的慣習に大きく依存しているといえよう。ケンブリッジ大学のStephen C. Levinsonは、間接的な要求として次のような例を挙げている。

I want you to close the door.

I'd be much obliged, if you'd close the door.

Can you close the door?

Are you able by any chance to close the door ?
Would you close the door ?
Won't you close the door ?
Would you mind closing the door ?
Would you be willing to close the door ?
You ought to close the door ?
It might help to close the door.
Had'nt you better close the door ?
May I ask you to close the door ?
Would you mind awfully, if I was to ask you to close the door ?
I am sorry to have to tell you to close the door.
Did you forget the door ?
Do us a favour with the door, love.
How about a bit less breeze ?
Now Jonny, what do big people do, when they come in ?
Okay Jonny, what am I going to say next ?

この英語はニュアンスの差はあれ、すべて「ドアを閉めなさい」といっているのだが、相手に対する人間関係によって少しずつ表現に差異がみられる。日本語でもこれと同様の多様な表現が可能である。

「ドアを閉めて下さい。」
「ドアを閉めろ。」
「ドアを閉めて下さる？」
「ドアを閉めてくれるかい。」
「ドアを閉めてくれると助かるなあ。」
「ドアを閉めていただけますか。」
「すいませんが少しドアを閉めていただけますかしら。」
「ドアを閉めて！」
「ドアを早く閉めんか。」
「ドアを閉めてもらえませんか。」
「ドアを閉めなくていいの？」
「少し風が強くありません？」
「太郎君、部屋に入ったらどうするんだっけ？」

「こら、ドアが開いているぞ。」

「こら、ドア。何度いったら解るんだ。」

日本語にはさらに多くの言い方があるだろう。丁寧な表現、威圧的な言い方等々。しかし、共通しているのは、言語的表現の多様性にもかかわらず、どの文章も「ドアを閉める」ことへの要求となっていることである。この種の表現は、過去においても、又現代社会においても、さまざまな人間関係の上に成り立つものであり、文脈や慣習によって成立しているものである。文脈という表現では不明確であるが、話者の置かれている状況、話しの前後関係、話しのなされている際の話し手と聞き手との了解事項、諸前提、推測能力などさまざまな要因によって一つの文章の意味が規定されている。

会話が成り立つためには、Grice も言うように、話し手と聞き手との間に協調の原理が働いていなければならない。また、J. Searle の言う誠実さの条件も必要である。つまり、お互に嘘を言わないということである。もちろん言いたいことが言えるという表現可能性の原理も必要である。現代社会では言葉によるコミュニケーションの不成功が随所に見られるが、それというのも人間関係の薄れた社会において、誠実さという根本的な原理が欠けているからにはかならない。さらに、言語表現そのものの背後にある発話内的力の及ばない社会的不信がある。こうした状況を超越できるためには、何よりも先づ人間間の信頼感を回復しなければならない。信頼感、誠実さの充溢している言語的場面においては、ある発言の意図は十分に汲みとられるのである。たとえ言語表現が不完全であるとしても。

言語表現に含まれる発話行為には事実確認的 (konstativ) なものと行為遂行的 (performativ) なものがあるが、行為遂行的な発話行為は、さきに述べた5つの型に分類されるのであって、これがさらに明示的遂行文と暗示的遂行文に分けられる。明示的なのは「私は……を約束します」とか「私は……を命令する」などの動詞 (これを遂行動詞という) を含み単なる「～します」という表現と区別される。たとえば、

「私は明日出頭することを約束します。」 [明示的]

「私は明日出頭します。」 [暗示的]

遂行文の特徴は (とくに英語やドイツ語では) 主語が1人称単数で、動詞が直説法現在能動態である、という点にある。さらに、明示的遂行文では hereby (hiermit) 「ここに」という副詞を添えることができる。そして遂行文が一つの行為を表わすには一定の手続き (法的手続き) が必要とされ、それによってその行為が完結する、という面がある。(たとえば、「この土地をあなたに譲渡します」と言っても法的手続きを経なければ、その約束は実現されない。)

「私はここにこの子を太郎と名づけます」 (役所への出生届けを必要とする。)

「私はここに心から陳謝いたします。」 (公衆の前、公的文書、謝罪広告などによる。)

遂行文を表出することは、一つの行為そのものであるから、その行為の結果に人は責任をもたなければならない。たとえば「約束行為」に対し、約束を果さなかった場合は、発言者は相手に対して陳謝の義務を負う。あるいはそれによって相手に損害を与えた場合、賠償が求められることになる。遂行文による行為はたんなる言語行為にとどまらず、法律行為でもあるのである。

現代社会においては、このような遂行文を口にするとき、特に慎重でなければならない。言葉通りに事が運ばなければ、人は遂には発言者を信じなくなり、言葉そのものは単なる音声の連続と化し、口先きだけのものとなり、コミュニケーションの手段としての役割を果し得なくなるのである。John Searleが指摘するとおり、コミュニケーションの成立する大前提はまさにこの「誠実さの原理」にあるわけである。

次に、ある発言が一つの言語行為として成功する場合と不成功に終る場合について考えてみよう。まず、成功する場合は、話し手同士が共通の言語を共有していることばかりでなく、誠実さの原理が守られ、協調の原則が守られている。これに対し、不成功の場合はそのいずれかが欠けていると考えられる。次のような会話を考えてみよう。

お 客 「このバスは駅へ行きますか。」

運転手 「早く乗って下さい。」

お 客 「駅へ行きますか。」

運転手 「早く乗って下さい。」

お互に日本語で話しているのであるが、会話がうまく行っていない。これは明らかに協調の原理を運転手が守っていないのである。客は行き先きを知らずに、乗車するわけには行かない。「早く乗って下さい」という言葉に「駅へ行く」ということが含意されているかどうか、客はわからない。運転手は駅へ行くことを自分では承知しているので、「早く乗ってもらいたい」と思っている。しかし、客にはわからない。これは話し手と聞き手の前提条件が異なるのに、運転手がそれを無視していることに起因している。運転手は一言「ハイ」というか、「行きます」と答えればよかったのである。

言語行為あるいはコミュニケーションが不発に終るのは、単語のレベルで共通理解がない場合、あるいは発話内的力の及ばない場合、話し手の真意が汲みとれない場合、話しの前提となる知識が欠如している場合などであるが、もっとも悪いのは、相手の言うことをまっこうから否定する態度である。相手を信じないのがいちばんよくない。いかに立派なことを言っても、不信の上では言葉

は空転するばかりである。従って、人と人とが言葉で理解しあうためには、まず相手の人格を認めあい、相手の発言を謙虚に受け入れる用意がなければならない。

現代社会に欠けているもの、つまり言葉によるコミュニケーションの齟齬の拗って来たところのものは、端的に言って社会的人間関係の希薄さにあると思われる。マスメディアはたしかに発達したが、しかしそれと逆比例して人間関係は薄れて来ている。

言葉はたしかに現代社会を豊かにしてくれる土台であり、共通の基礎ではあるが、人間関係をつくるのも言葉であり、それを破壊するのもまた言葉である。米ソの対立、政治上のかけひき、商売の取引き、教育、近所つきあいなど、さまざまなレベルの言葉があるが、その言葉によって世の中がうまくまとまりもすれば、戦争にもなる。戦争のはじまる時点の宣戦布告も言葉でなされ、その破局に至るまでの過程の政治上の交渉も言葉でなされる。しかし、いったん当事者間に不信が生じ、誠実さが失われると、言葉は空回りを始める。これがもっとも恐るべきことである。恋人同士なら以心伝心で言葉さえ不要であるが、これとても一たん愛が失われると美辞麗句を以てしても理解は不可能となる。そのとき言葉はもはや理解の手段であることをやめ、懐疑の手段と化してしまうのである。

3. 以上、われわれは現代社会において言葉の果す役割がどんなものか、二つの面から眺めて来た。一方で日本語は大量の外来語の流入によって豊富にもなり、広告文におけるように装飾的言語使用によって空洞化が見られた。他方、言語の特性である伝達が、発話内の力によって間接的に行なわれる面をもつことと発言者の意図の理解には発話内の行為の認識が必要であることを見た。もちろん現代化社会を言葉の面から、しかも外来語や発話行為の面から捉えることができるとは考えない。それはそもそも不可能なことである。しかし、現代社会の犯罪や暴力行為、非行少年等の社会問題の解決のカギの一つは言葉の中にあると考えられる。言葉による暴力や、言葉による差別がないかどうか、話し手が意識しないうちに発話内の力が少年をおびやかしていないかどうか、そういったことを反省してみる必要があるであろう。こうした諸問題の解決に言語行為理論は少くともある一面で役立つのではないと思われる。

参 考 文 献

1. J. V. ネウストプニー：『外国人とのコミュニケーション』（岩波新書 215）1982.
2. 川本 茂雄：『ことばの色彩』（岩波新書 40）1978.
3. 鈴木 孝夫：『ことばと文化』（岩波新書 98）1973.

4. 樺島 忠夫：『日本語はどう変わるか』（岩波新書 145）1981.
5. H. パッシン（徳岡孝夫訳）：『英語化する日本社会』 サイマル出版 1980.
6. J. L. オースティン（坂本百大訳）：『言語と行為』 大修館 1978.
7. J. L. Austin：Zur Theorie der Sprechakte. (How to do things with words) Stuttgart：Reclam 1979.
8. E. v. Savigny：Zum Begriff der Sprache. Stuttgart：Reclam 1983.
9. S. C. Levinson：Pragmatics. Cambridge.：Cambridge University Press 1982.

（この拙文は岩手大学公開講座宮古市民会館にて講演した原稿の一部である。）

（岩手大学教授）