

# 英文 journalese に多出する日本及び日本語

—FPC発行の PressGuide に見る発信ノウハウ散見—

中 島 保

## (1) はじめに

自動車やVTR、カメラなど日本製品の海外進出ぶりはめざましい。行き過ぎた売り込みから、ときに国際的なトラブルの原因となることもあるが、優れた品質や性能を持つため諸外国に普及し、世界中に知れわたっている商品が多数あることは周知の事実だ。しかし、こうしたモノの国際的浸透ぶりとは裏腹に、日本の現状や日本人の日常生活、伝統文化などその実態についての「情報」の浸透度は極めて低い。アメリカの小学校の社会科副読本には、いまなお、驚くほどに out of date な“ニッポン”紹介が見られる。現在の日本人の暮らしを紹介したある副読本には「日本人はお風呂が好きで夕食後、家族みんなでお風呂に入浴します」という記述とともに、銭湯とおもわれる大きな浴場で丸まげを結った女性たちと男性が入浴する写真を掲載している<sup>(1)</sup>。

米誌 TIME の日本特集では、表紙に富士山の絵柄の和服を着た芸者が手に電卓を持ったイラストが描かれている。大方の外国人が抱く「日本」のイメージは、せいぜいこの程度であるとの見方もできる。だが、他方では、経済力を中心とした日本の国力の伸長とともに、諸外国の対日イメージ及び対日イメージ把握の努力に弾みがつき始めていることも否定できない。明治以降、日本は懸命に欧米の文物を取り入れた (take) おかげで、現在では世界の「大国」と呼ばれるまでに至った。「大国」といわれてすでに久しく、この大国を形容する語句も英文ジャーナリズムに多用されている。例えば——

an economic superpower, the land of the rising yen,  
the Asian giant, Asia's economic powerhouse,

the world's formidable work force,

あるいは enormous, fabulous, tremendous といった畏敬や驚き、ときには恐怖の意味あいを含めた最大級の表現、形容が海外マス・メディアなどに頻繁にみられるようになっている。その背景には世界的な日本語学習ブーム<sup>(3)</sup>に象徴されるような、急成長を遂げた東洋の神秘の国“ニッポン”に対する、かつてない関心の高まりがある。こうした状況は、いまこそ日本が諸外国の関心に対応して“ニッポン情報”を発信する (give) 絶好の機会であることを強く示唆するものといえる。だが、対外コミュニケーションの現状は、この発信作業が依然として不足しており、基本的には従来の「以心伝心」の域から脱皮し切れない状況にある。それは、日本が海外広報及び国際交流のために組込む公的予算を欧米先進諸国のそれと比較すれば明瞭である。

ニッポンの「大国」ぶりを形容する語句が示すように、国際社会における日本の位置付けは、あくまでも「経済大国」としてである。だが、国際情報化時代に、情報流通の基本が one-way ではなく two-way でなければならないという観点からみると、果たして日本が名実ともに「大国」と呼ばれるのに相応しいか、疑問がある。その一例が語学学習だ。かつての「以心伝心」式コミュニケーションの対外スタンスは論外として、日本の伝統文化にしる、現状の“ニッポン情報”にしる、これを外に向かって発信するノウハウ習得のための語学学習がどれほどの比重がおかれて真剣に行われてきたか、という疑問である。情報化社会に対応する語学学習を目指して、すでに多種多様の工夫と内容を盛込んだ無数の英語学習書、テキスト類が出版されているが、その学習素材は欧米語国民の生活文化などの紹介、著名コラムニストのエッセー等を中心とした、いわば海外からの“輸入品”が圧倒的に多く、そのかぎりでは「情報受信型」英語学習書が大勢を占めている。もちろん、「受信型」学習書は必要である。海外情報の収集のため、その受信ノウハウの習得が肝要であることは言うまでもない。しかし、それと同時に日本の各分野の情報“ニッポン情報”を海外に向けて発信するための言語ノウハウも欠くことができない。すでに内外の英字新聞・雑誌記事などに loanword (借用語) として多様な形で日本語の

語句が急増していること、さらには国際的な日本語学習熱も、まさにこの発信技能の重要性を裏付けるものである。

では、情報発信の言語ノウハウとはどのようなものか。その説明の一つとして、最近、書店の *Japanology* コーナーに見られる新傾向を挙げるができる。このコーナーには当然のことながら日本関係の英文図書が山積みされ、その点数も急増している。急増していること自体、“ニッポン”に関する内外の関心・興味の増大を示すものと考察される。急増する *Japanology* の英文図書のなかでも、多くは専門書に類する日本紹介の図書だが、単なる日本紹介ではなく、日本の実態をどのような英文語句で表現するか、を眼目とした図書が目立ち始めている。発信技能を積極的に習得するための実用英文図書で、

Japanese Language Know-how 「ザ・ニホンゴ」

ザ・「ニッポン」人—The Scrutable Japanese

といったタイトルを掲げる出版物だ。それらの英文図書は内容的な concept を総括的に表現すると、いずれも

Skills For Talking About Contemporary Japan

という語句でくくることができる。

この小論では、FOREIGN PRESS CENTER (FPC) 発行の月刊誌 *Press Guide* に掲載の英文コラム「CURRENTS」を素材に、前述のような状況と視点から「英文 *journalese* に多出する日本及び日本語」を検討し、日本情報発信ノウハウの習得手掛かりを求めてみることにする。

FPC は日本駐在の外国特派員記者の日本取材を助けるため1976年に設立された財団法人で、*Press Guide* は日本における今月の見どころ、行事予定等、記者たちがその月に取材するのに、どのような点に注意しておけばよいか、をアドバイスする小冊子である。また、「CURRENTS」は、その時々にはしばしばマスコミに出現する日本語の単語・語句を標題にして、その概念、背景を解説し、記者たちの日本理解を助ける目的で掲載されている。標題はその時点の政治現象、経済問題、社会現象、風物もの等々、広範かつ多様なもので、

*journalistic* な切り口としては“ニッポン情報”の範囲をほとんど網羅するものといえる。この刊行物の編集者は次のように述べている。

「ただ日本語の単語を英語でどうか、というのなら、辞書をはじめいろいろの本がある。しかし、われわれは、外国記者が日本のことを書くのに役立つよう、という趣旨だから、もっと奥行きを持たせ、背景や状況、考え方を説明する必要がある。そこで、何を取り上げるか、から、何をどう説明するか、<sup>(4)</sup> どういう英語を使うか、専門家の助けも借りながら、練り上げたものである<sup>(4)</sup>」。

FPCには約500人も外国人記者が加入している。彼らは時々刻々の“ニッポン情報”を世界中に発信しているのだが、その取材・発信の「日本語手引き」として活用されているのが「CURRENTS」である。その編集趣旨と国際的な活用性からみて、この小論の素材として格好であり、その有意性は充分と判断できる。

### *journalese* とは

小論の本題に入る前に「英文 *journalese* に多出する日本及び日本語」の *journalese* とは何か、について若干の説明が必要と思われる。

ジャーナリズムの世界、つまり新聞・雑誌等の活字メディア、ラジオ・テレビなどの放送・映像メディアの世界で使用される言語表現を、英語では俗に *journalese* と呼んでいる。ジャーナリズムでの言葉使いということから、この *journalese* を「時事英語」と和訳することも可能である<sup>(5)</sup>。しかし、この *journalese* にはかなり軽蔑的な響きがあり、例えば次のような注釈を加える辞書もある<sup>(6)</sup>。

—writing marked by simple, informal, and usually loose sentence structure, the frequent use of clichés, sensationalism in the presentation of material, and superficiality of thought and reasoning—

——「簡単に型にはまらず、ずさんになりがちな構文、決まり文句が頻繁に使用され、扇情的な表現、表面的な思想や論法を特徴とする文章」——

といったぐあい、ほとんど否定的な意味で説明されている。mass media から放出される情報内容の一過性、その場限りの空虚さ、一種の安っぽさを意味する単語として解釈されている。一口に「使い捨て用語」と訳してもいい説明である。

だが、使い捨ての商品には、それなりの handy で時宜に叶って便利な、そして安価という利点があるように、*journalese* にも、それなりの合目的な実用価値がある。今日的な新鮮さ、簡明で平易、説得的な伝達力、歯切れのよさ等々で、communication の基本機能を果たす tool としての役割は相応に評価されるべきであろう。小論で取り上げる *journalese* も、そうした言語・語句表現の側面の評価を前提とするものである。

## (2) 英文 *journalese* における日本語 loanword の定着度

transliteration という英語は、日本語では「音訳」または「字訳」と訳されている。ある言語の表記体系で表現されている文字や語句を、別の言語の表記体系の文字や語句に相当するものには書き直す、という意味である。例えば、日本語の言葉の英語への transliteration の場合、その言葉の音をローマ字綴りで表記して移すということになる。日本語の言語現象を考察する時、しばしば指摘されることは、日本語のなかに主としてカタカナで表記された外来語や和製英語が氾濫しているのに比べ、英語のなかに導入された日本語が極端に少ないということである。これは、一般の通商貿易とは全く逆で、言語現象の通商では日本市場は完全な開放市場であり、その balance は一方的な輸入超過だ。フランスのように自国語の純潔を維持するため *franglification* (英語のフランス語への流入) を法的に厳しく監視しているのと対称的である。こうした日本語の言語現象の背景としては、日本語の古来からの開放性、舶来もの指向、安易に外来文化を吸収する国民性、ローカル言語としての日本語と国際言語としての英語の力関係、さらにその他文化的要因等々が考えられよう。

極端に少ない日本語から英語への transliteration としては、例えば、

bonze (坊主)、daimyou (大名)、geisha, goban (碁盤)、harakiri,

jinrikisha (rickshaw), jujutu, kimono, mikado, netsuke (根付)、samurai, shinto (神道)、soy (醤油)

などがある。<sup>(7)</sup> そのほとんどは日本固有の事物を表わす名詞である。これらの言葉が日本語から英語への loanword (借用語) となった理由としては、(a) 英語の語句のなかに同義・類義の言葉が見当たらない。(b) その日本語の物珍しさを表わすため英語で長々と説明するより、その単語を発音どおりに“直輸入”するほうが便利だった。(c) 発音どおりの直接導入で日本の感触を同時に英語の文脈に取り込める——といったことが挙げられよう。kamikaze attack, kamikaze decision, banzai charge など、この部類に属する loanword といえる。さらに、日本食の国際的な普及にともなう sukiyaki, sushi, tempura, tofu といった言葉や、欧米の俳句的な作詞の流行を背景とした haiku といった借用語も、*journalese* の英語表現に、新たに、または、より頻繁に登場するようになっている。

loanword は、二つの言語、二つの文化の接触によって生まれるものだが、今後、「経済大国」を背景に、こうした日本語の借用語句が追加採用されていくことは十分に予想できる。つまり、純日本的な事物を表わす loanword の英文 *journalese* への定着度は低く、またその語数は限られてはいるが、国際化社会に位置付けられる日本の言語の英語への借用語の語数は、これからますます増加して行くことが予想できるのである。日本語の英語への借用語を「新・旧」で分類を試みれば、その「新」借用語が特に *journalese* のなかに質量ともに急速に増加して行くものと予測できるのである。ただ、日本関係の専門書に日本語の借用語がそのまま引用されるのと違って、英字紙や英字誌の *journalese* の文脈に現われる借用語句は辞書のなかに紹介されているそれとは、かなり様変わりしたものとなる。英文 *journalese* では、loanword としてすでに定着している日本語が独り歩きしているだけではない。例えば、hibakusha (被爆者)、zanryukoji (残留孤児)、あるいは kuromaku (黒幕)、boso-zoku (暴走族) といった、日本語としても新造語に類する語句が借用語として急増してくるのである。

「日本が関わるニュースや現象を、欧米のジャーナリズムの目でとらえて報道するということは、いわば異文化接触の最前線での作業である。そこでは借用という言語現象の先行的な実験が常時行われている」<sup>(8)</sup>

その実験作業と同一線上に「情報発信型」英語学習が位置付けられることは、もはや自明である。それは同時に、英文 *journalese* のなかで、日本語借用語の活用を含め、どのように「奥行きのある」表現で活写し、的確な“ニッポン情報発信”に繋がるかという命題にも直結するものである。

### (3) FPC “CURRENTS” に見る発信語句・表現例

小論の素材として採用したのは、FPC発行の PressGuide の Vol. XII, No. 8, Aug. 5, 1987 から1年間分に掲載された CURRENTS 12編である。FPCの設立以来 PressGuide は毎月発行されており、CURRENTS もその前身の JARGON を含めると、すでに150編近くを数えるが、“できる限り新しい”という *journalese* の鮮度志向の視点から、この1年分から5編を抽出してみた。12編の標題は発行順に「Obon お盆」「Sarada Kinenbi サラダ記念日」「Hanamoku ハナモク」「Kokuji koi 国事行為」「JR shoho JR商法」「Retoro bumu レトロブーム」「Sento 遷都」「Noshi 脳死」「Dorakue ドラクエ」「Furusato kyujitsu ふるさと休日」「Gyakuyunyu 逆輸入」「Kani kazei 簡易課税」である。いずれも日本国内のカレントな「時流」「世相」を説明するのに必要な時事用語といていい。そうした用語が、どのように解説されているか。改めて、このコラム・シリーズの編者の言葉を引用すれば――<sup>(9)</sup>

Writing the column has proved quite a challenge. If we were only interested in finding the English equivalent for a Japanese word, we could simply turn to a dictionary or other reference book. But to make the column useful to foreign journalists in their coverage of Japan, it is important to provide a more indepth explanation. Much time is spent planning what to cover, deciding what exactly to ex-

plain and how, and then rendering this in appropriate English.—

この点に注目しながら、以下の語句・表現例を拾いあげてみた。

〔例1〕 *Obon* お盆

日本の代表的な年中行事の一つ、お盆を取り上げたコラム<sup>(10)</sup>。まず、仏教行事としてのお盆について、その来歴を次のように説明する。

The term *obon* is said to derive from the Sanskrit *ullambana*. In the Buddhist *Ullambana* sutra, a disciple of Buddha secures his mother's release from purgatory by devoting himself to ascetic practice for three months and then offering a feast of food and drink.

to be said to derive from〜の形は、行事・習慣等の説明に便利で、このコラム・シリーズでも多用されている。発信英語に欠かせない語句例である。お盆行事の日本初出の記録については——

——The first recorded occurrence of this ritual in Japan was at a temple in Nara in 657, after which it became an established custom.

と記述され、お盆の墓参の習慣についても——

——During the Edo period (1603–1868) it became common for people to visit the graves of their ancestors and make offerings of food during the four days from July 13 to 16, when it was believed that the souls of the dead returned home.

と精神文化の史実と伝統を略記している。また、お盆行事の伝統的側面と現況とを併記しながら現代世相に言及しており、*journalese* 表現の特徴を示すものといえる。——



The *obon* festival has continued to this day, although in most part of the country it now takes place from August 13 to 16. Many workers take their vacations at this time, and the business district of central Tokyo becomes a ghost town as people return en masse to their homes in the country, packing trains, airplanes, and expressways.

This is the only time of the year, apart from New Year's, when commuter trains in Tokyo offer a comfortable ride.

伝統的な行事・習慣が現代の庶民生活にどのように根付いているか、あるいは両者の間にどれほどの実態距離があるか、ということも、この種の *journalese* での表現のポイントとなる。

—As well as the offerings of food and lanterns set up to guide the souls of the dead to and from their homes, the highlight of the festival is *bon odori*—folk dancing that dates back to the *Muro-machi* era (1333–1573).

Despite the deep-rooted tradition of *obon*, however, more and more Japanese have been going overseas for their summer vacation in recent years. About 1.4 million people are expected to travel abroad this summer, 300,000 more than last year.

風俗、習慣、世相等の現況を客観的、かつ簡明に記述するなかで、末尾の *however* を用いた文章に発信 *journalese* の面目があるのも見逃せない。

〔例2〕 *Sarada kinenbi* サラダ記念日

日本固有の詩文学、短歌の世界に大型の女流歌人が生まれ、その歌集「サラダ記念日」が3か月間で100万部を突破したという“社会現象”は、日本情報発信の格好の材料として *CURRENTS* の編者を取り上げるのは当然であろう。<sup>(11)</sup>  
筆者はまず、この歌集の標題にもなった一首、

*Kono aji ga*

*iine to kimi ga*

*itta kara*

*shichi gatsu muika wa*

*sarada kinenbi*

(This tastes really  
good, you said to me that day  
and so from now on  
July the sixth will be our  
salad anniversary)

を紹介したあと、そのベスト・セラーぶりを短歌の歴史の概要、日本の出版業界の現況等を交えながら描写している。——

With more than 1 million copies snapped up by readers in the first three months after its publication by Kadokawa Shinsha Co. on May 8, Machi Tawara's collection of modern tanka entitled *Sarada kinenbi* (Salad Anniversary) has created quite a stir in publishing circles.

A 31-syllable poem consisting of five lines in the pattern 5-7-5-7-7, the tanka has been popular in Japan since around the fourth century. Seasonal recitals still take place at famous spots around the country.

文中の *snapped up by readers* や *has created quite a stir* は *journalese* 特有の表現語句で、*clichés*, *sensationalism* のそしりが多少あるものの、情報伝達の立場からは、平易、簡明、日常性という表現効果があり、情報の活写力を持つ表現手段としてその有効性は評価すべきである。

また、短歌集がベスト・セラーになるという、日本の出版界の異常現象、その背景と分析などを次のように記述している。

Until Tawara's runaway best seller, however, publishing houses believed that collections of poetry did not make money spinners. This was especially true for *tanka*, a form of poetry that usually contains many archaic words.

……Breaking through traditional restraints, she has composed *tanka* using simple, everyday expressions and unconventional rhythms.

……According to Kawade Shobo, Tawara's readership ranges from teenagers to pensioners. The company reportedly still receives as many as 300 postcards and telephone calls a day from readers expressing delight over Tawara's poems and saying they have been inspired to compose their own original, if amateurish, pieces.

Indeed, writing *tanka* has become something of a rage.

runaway best seller, make money spinners, something of a rage と  
いった語句は、まさに *journalese* である。著者の短歌の特性を説明して、  
using simple, everyday expressions and unconventional rhythms とし  
ているのは、これ自体 *journalese* ではないが、その表現は十分に *journalese*  
的で、外国人にも、おおよその見当はつく。20歳代の女性の身辺雑事が何のて  
らいもなく表現されていて、その表現、形式とも極めて日常会話的、散文的な  
つくりとなっていることが、つまり、この種の短歌のイメージが容易に想像で  
きる説明になっている。さらに――

“Salad fever” has reached such height that Tawara has been swamped by requests from companies wanting to use the title of her

book on their goods. Meanwhile, another publishing company has sparked a controversy by coming out with a collection of parodies of Tawara's poem.

では、swamped by, sparked a controversy, coming out with が *journalese* の語法である。また、Salad fever は引用符付きの和製英語ながら、その時点で日本語からの loanword として認知される資格があるといえそうだと。

〔例 3〕 *Hanamoku* ハナモク<sup>(12)</sup>

日本の都市の生活時間が、この 3、4 年の間に大きく様変わりしている。外国為替や金取引の経済分野の 24 時間営業の開始、有名デパートの営業時間の延長、24 時間営業のレストランの増加等々。それにともない、夜のにぎわいも微妙に変化している。“花金”、つまり「花の金曜日」に代わって「花の木曜日」——“花モク”の登場である。週休 2 日制の定着で「土曜を有効に過ごすには金曜日は早めに帰宅しよう」という勤労者の心理が働き、木曜日が“花”になるというわけで、このコラムでも経済大国ニッポンをにらみながら、花キンから花モクへと変化する日本の世相の一端が紹介されている。まず——

Thursday has come to rival Friday as the busiest evening of the week for Tokyo's neon-lit entertainment districts.

は、コラムの lead として語法的にも構文上も典型的な *journalese* といえる。has come to rival の表現はコラムの内容への簡潔、かつ説得性の強い introduction になっており、Tokyo's neon-lit entertainment districts も合目的で実用価値を持つ *journalese* の典型的語法の一例である。

なぜ、“花キン”が“花モク”に代わりつつあるのか。コラムの筆者が使用する単語は極めて平易なもので、これを *journalese* の phrase を巧みに駆使して記述する。

Japan's salaried workers often spend a night on the town on *hanakin* ("flower," or golden Friday), letting their hair down after a week's hard grind and sleeping off the effects over the weekend.

Recently, however, an increasing number of people have switched to merrymaking on Thursdays in order to leave the weekends free for more constructive activities, a phenomenon that has given rise to the term *hanamoku* (golden Thursday).

letting their hair down, sleeping off the effects, switched to merrymaking などは、一般の英文にはあまり見られない *journalese* である。一般の英文とは違った平易明快、新鮮さ、歯切れのよさ等があって、すぐにも利用できる実用価値が認められる。a phenomenon that has given rise to the term *hanamoku* (golden Thursday) には *journalese* の言語表現が持つ機能的な美しさともいうべきものがあり、なぜ“花モク”かを、rhythmic に把握できる。なお、*hanakin* ("flower," or golden Friday) は、transliteration の技法の一例である。

コラムはさらに、労働省の統計などを引用しながら、“花キン”の影が薄れてきたことを次のように説明する。

Given Saturdays off at last, workers celebrated by barhopping or playing mahjong all night on Fridays.

But with around 80% of the work force now having at least one weekend free every month, and close to 30% having every weekend to themselves, the novelty has worn off.

事物の鮮明なイメージを描写するため比喩的表現 *figures of speech* を多用するのも *journalese* 文章の特徴で、ここで用いられている the novelty has worn off もその一例だ。*journalese* で多出する比喩的表現には、擬人法 *personification* と呼ばれる活喩 *prosopopoeia*, 最も端的な比喩法とされ

る直喩 *simile*, それに文学的修辞性が強い隠喩 *metaphor* などがあるが、*the novelty* は活喩の部類に入るといえよう。事物の表現に鮮明なイメージを与える効果が高い。

The *hanamoku* phenomenon suggests that the Japanese, long regarded as workaholics, are beginning to take their leisure seriously at last. It also shows that the end-of-the-week fling is a deeply rooted habit among Japan's workers, who will reschedule it rather than give it up.

これは、このコラムの結びだが、働き中毒の日本人の持つ特性の別の側面を、しっかりと、冷ややかな目で描写している。ここでも、*the end-of-the-week fling* という名詞群の *journalese* を巧みに使って、効果的なイメージ表現となっている。

〔例4〕 *Dorakue* ドラクエ<sup>(13)</sup>

The latest craze among Japan's video game buffs is Dragon Quest III, which has been selling like hot cakes since it went on sale in February.

Known affectionately in Japanese as *Dorakue*, short for *Doragon Kuesto*, the cassette game can be played on a home television set by using Nintendo's Family Computer (Famikon).

家庭用のテレビゲームのソフト、「ドラクエ」(ドラゴンクエスト)人気の異常さ——ドラクエ・ブームを取り上げたコラムである。このソフトはテレビ用ゲーム機「ファミリーコンピュータ」(ファミコン)専用のシリーズものの第3弾。*the latest craze*, *Japan's video game buffs*, *selling like hot cakes*, *known affectionately* といった *journalese* 語句表現で、まず異常なブームを示唆する *lead* にまとめあげている。*the latest craze* や名詞群を活用した *Japan's video game buffs* は文章のくどくどしさを避けて伝達

事項のイメージを簡潔に予告する journalese である。short for も便利な用語で、広義の journalese といえる。

コラムは、このファミコン・ソフト・シリーズのこれまでの売れ行き、それをしのぐ「ドラクエ III」の異常人気の状況、こうした人気の背景などを記述している。

Impatient to get their hands on the new treasure, many children skipped school to purchase a copy. The police received several reports of children losing their precious copies through blackmail and theft. Amid such commotion, the National Police Agency had to call on the manufacture of the game, the distributor, and stores to exercise restraint in selling the game on weekdays.

A couple of years ago another video game became a smash hit, selling 4 million copies in the space of nine months, but Dragon Quest III looks set to beat this record.

impatient to get their hands on the new treasure, became a smash hit という英文の表現は、仮にこれを日本人が日本の現在の世相の一端を説明するために使用したら——ということ想定してみよう。結論を先行させれば、従来の英語教育、あるいは受験英語に閉じ込める学習からは、このような語句の活用は容易にみることは、まずできない。明治以来の日本の英語学習法の底流は、いまなお受験英語等のなかに生きているが、それは端的に言えば、文法最優先、構文の非誤謬性ということであろう。その結果、学習者は潜在的な fear of making mistake を抱く。細かいことにこだわり、完全主義に縛られる。ここからは事物、情報の伝達手段としての言語機能は期待できない。「The Komakai Monster」を追放しない限り、日本人の英語教育の将来は暗い」とする外国人語学教育者の主張もある<sup>(14)</sup>。いわゆる journalese 英文の習得は、こうした完全主義、Komakai Monster 追放の手掛かりとして着目す

べきではないか。小論のテーマが内包する意図の一つも、ここにある。

Though makers of the computer and games may be rubbing their hands in glee, many parents and teachers are worried about the ill effects of the pastime on youngsters. Hooked on TV, comics, and games like Dragon Quest, children now spend far too much time cooped up alone in their rooms instead of playing outside with their friends.

rubbing their hands in glee, hooked on, cooped up も *journalese* の表現語句として使用されている。子供たちの“遊びの孤立化”がいわれて久しいが、このコラムでも、室内でひっそりと一人で遊ぶ子供が多くなった日本の世相を指摘している。テレビを見たり、マンガを読んだりという時間の過ごし方と、ドラクエ・ブーム現象を同一線上においてコメントを加えているが、*sensationalism* を特性として持つ *journalese* 語句表現を用いながらも、その異常人気の不健康さを控えめに指摘する描写になっている点が興味深いといえよう。

*journalese* は「安っぽさ」「誇張主義」等を内臓してはいるが、情報の冷静な伝達やイメージ付けの手段として、その有効性が積極的に認知される例も、決して少なくないということである。

〔例5〕 *Furusato Kyujitsu* ふるさと休日<sup>(15)</sup>

「経済大国ニッポン」を外国人の目から論じる場合、日本人の余暇の実態への言及が必ずある。その意味で、このコラムが「ふるさと休日」を取り上げたのは適切だ。

A subcommittee of the Economic Council, an advisory body to the prime minister, that is now working on a new economic plan to cover the five years from fiscal 1988 to 1992, has come up with the idea of *furusato kyujitsu* (local holidays) as a means of improving the quality



of life in Japan by providing the people with more opportunities for leisure.

首相の諮問機関である経済審議会のなかに国民生活部会という部会があるが、このコラムではこれを a subcommittee と英訳するにとどめている。これは、後に記述される improving the quality of life～で国民生活を審議する部会であることを説明して自明であるからだ。英文の *journalese* 文章にはこのような例が少なくない。伝達する情報の焦点が何かによって、その焦点に直接的な重要性を持つ表現以外は極力省略する。省略するが、しかし、省略された事物のイメージ（ここでは国民生活部会）が受け手（読者）にとって把握しやすいような記述がともなう。情報発信ノウハウの習得のためには、このような *journalese* 文章の特徴に着目する必要もあろう。

*furusato kyujitsu* (local holidays) のように、このコラム・シリーズでは日本語の英文字訳を ( ) 内に表記する例がほとんどである。これは紙面スペースの節約という目的もあるが、情報提供の対象が *journalist* で、( ) 内表記の transliteration でも支障がないという筆者の判断が背景にあると思われる。なお、loanword としての日本語導入のパターンには、まず音訳された日本語が表記され、その後にかッコ (*local holidays* の例) やダッシュを使用したり、or, literally 等の語句を補ってから語釈する、あるいはコンマだけで続けた同格語句の形で説明されるパターンなどがある。

☞ In addition to weekly holidays and New Year's and summer vacations, most Japanese workers take days off on 13 national holidays throughout the year, including the Emperor's birthday on April 29 and Labor Thanksgiving Day on November 23.

コラムは、これら国が定めた休祝日を合計しても日本の労働時間は1987年の平均で年間2111時間に達し、欧米先進国に比べて200～500時間も長いことなどを労働省統計を引用して説明している。そして、日本政府が年間労働時間の

1800時間への短縮を政策目標に掲げていること、そのための具体策をたてていること等を紹介している。

In its recent report the Economic Council's subcommittee goes even further, urging that the 40-hour statutory workweek be realized by fiscal 1992, that workers be allowed to take longer summer vacations, that the New Year's vacation be lengthened, and that when holidays fall close together, the intervening days also be made holidays to create longer breaks.

ここで、when holidays fall close together, the intervening days ~ というのは、飛石連休の谷間を休日にする、いわゆるブリッジ・ホリデーのことである。英語圏内では「ブリッジ・ホリデー」の概念がないため、こうした表現になるのだが、これも発信英語のノウハウとして有用例といえる。bridge holiday という loanword の逆輸出の形でコラムの文中に挿入できれば、発信英語としての面白さが、さらに加わると考えられる。

Though the proposal has a long way to go before getting off the drawing board, it is expected to be given a fair hearing by the government of Prime Minister Noboru Takeshita, who places great importance on rejuvenating the provinces.

getting off the drawing board という *journalese* 語句を使いながら、「ふるさと休日」構想が、竹下首相の「ふるさと創生論」との関連をイメージ付けており、*journalese* 構文の自己充足性 self-contained の一端をも示している。

#### (4) む す び

在日16年のある外国人英語教師が、日本の大学での英語教育に関する論文

で、次のように述べている。<sup>(16)</sup>

The Japanese are well known for their lack of animated expression. Throughout the centuries, the Japanese culture has developed and refined the art of nonexpression or, as many would prefer to call it, the silent expression of the mind and spirit. This has given the country of Japan a harmonious and gentle social fabric within which self-expression is held to a minimum in favor of group tranquillity. I believe that this is one of Japan's great strengths, a strength which has won it deep admiration from many countries throughout the world.

「無言の美」とか「腹芸」という日本人の伝統的精神風土を高く評価している。「しかし——」とこの論文は指摘するのである。「日本人のこの特性こそ、外国語の習得にとって最大の障害なのである」—— Haragei doesn't work here! と訴えている。

国際情報化社会のなかで、もはや通用しなくなった「無言の美」や「腹芸」——語学習得の分野で、その“呪縛”から脱却する手立ては何か。その手掛かりを模索するため、情報発信の手段として *journalese* を取り上げて試みたのが小論である。*journalese* については、その否定的評価、肯定的評価があるが、小論では情報発信英語の有力な手段として、その存在価値の相応な認知が必要であるとの見方を前提とした。

最後に、日本の代表的な英文家、内村鑑三の英文論説から、その論旨の一部を記しておこう。<sup>(17)</sup> この小論の基本理念と合致するからである。

——自分の目的はシェクスペアのような英語の完成品を提供することではなく、「日本人の見解」を、「真率でありのままの正直さ」をもった「理解しうる英語」で表明すればよい——

〔謝 辞〕

本論文の作成に当たっては、関西大学教授・教養部長坂本悠貴雄氏（英文学科）より助言をいただきました。ここに深く感謝の意を表します。

参 考 文 献

- (1) Nakai, Y., *Japan In The U.S.A.* No.3, The Daily Yomiuri. (Sept. 21, 1987)
- (2) *TIME* (magazine) (Aug. 1, 1983)
- (3) 草壁焰太『あなたも外国人のための日本語教師になれる』読売新聞社, pp. 50-64. (1988)
- (4) Kawamura, K. (edit), *Currents* (pref), Foreign Press Center/Japan, Japan Echo Inc. (Aug. 1988)
- (5) 石丸正『英語のなかの日本』中央公論社, p. ii. (1986)
- (6) Webster's Third New International Dictionary
- (7) 石丸正, 前掲書 p. 73. (1986)
- (8) 石丸正, 前掲書 p. 77. (1986)
- (9) Kawamura, K., 前掲書 (Aug. 1988)
- (10) *PressGuide*, Vol. XII, No.8, Foreign Press Center/Japan. (Aug. 5, 1987)
- (11) *PressGuide*, Vol. XII, No.9, Foreign Press Center/Japan. (Sept. 9, 1987)
- (12) *PressGuide*, Vol. XII, No.10, Foreign Press Center/Japan. (Oct. 5, 1987)
- (13) *PressGuide*, Vol. XIII, No.4, Foreign Press Center/Japan. (Apr. 1988)
- (14) Kowalczyk, R., *JAPANESE UNIVERSITY ENGLISH EDUCATION* (Problems and Perspectives), presented at JAPAN ASSOCIATION OF CURRENT ENGLISH, Inc., Osaka. (Nov. 19, 1988)
- (15) *PressGuide*, Vol. XIII, No.5, Foreign Press Center/Japan. (May 1988)
- (16) Kowalczyk, R., 前掲発表 (Nov. 19, 1988)
- (17) 内村鑑三『外国語の研究』（亀井俊介解説）（復刻版）南雲堂, p. 8. (1984)

[SUMMARY]

English is now a common international language used by more than one billion people in the world. Is the English learning in Japan, however, being taught adequately enough for such a situation? This is the main theme of this paper. Japan is recently in such an internationally significant position that it must make more effort to introduce itself correctly to other nations. English teaching in Japan, nevertheless, is still relying mostly upon a method by which students only passively receive information and knowledge about English and other countries rather than learning how to use the language.

It is necessary now, on the contrary, for English learning to stress more upon English communication. At the same time, this type of learning should possibly help eliminate the rejection of English learning now found among many Japanese students, awaken their strong concerns about practicing self-expression in English and encourage them to obtain more English proficiency. This paper will provide some clues for groping with paving the way for this type of English learning.

In order to study the possibility and effectiveness of the development of the method, some examples of Japanese loanwords with practical usages increasingly found in current English journalese in Japan are used as materials. Some of "The key words to Japan" introduced for the foreign press are also shown here as materials. These key words are extracted from "CURRENTS", a popular column of the monthly newsletter "PressGuide" published by the Foreign Press Center (FPC) /Japan. The FPC is a non-government-based foundation established in 1976 to assist foreign journalists in their coverage of Japan. The loanwords and the key words presented in the paper are both materials taken from the category of "journalese" in its broad sense.