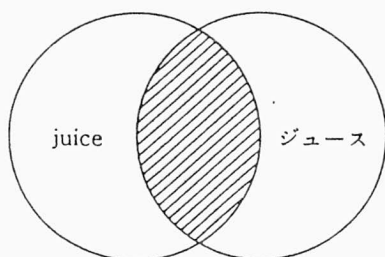


植林 慧（産能大学）

主として日本語を英語にする際に生じる意味のずれは、大きく分けておよそ次の三つに要約することができるのではないかと考える。いずれも英語を領域とする研究の中で多角的に指摘されてきたものであるが、簡単に述べると第一に英語圏の文化には存在しない日本文化に特有の「物」や「事柄」、例えば「床の間」「先輩、後輩」等、第二は外来語として定着しているカタカナ言葉、例えば英語の juice と日本語の「ジュース」の違い（図1）、第三は日英の言葉の「構造」の違いによって生じる意味のずれである。第三に指摘されている日英の言葉の「構造」の違いというのは、図2が示すように日英それぞれの動詞の使用範囲が異なるということだと考えられる。無論、break 以外の動詞にも該当することであるが都合上この単語を例にとりて見ていきたい。break は Who broke the window? He broke his leg. といった例文に見られるように日本語では「割る」あるいは「折る」という意味でよく使われる動詞である。ところが西瓜を包丁でふたつに割ったという場合、I broke a water melon in two with a knife というように、ここで日本語の「割る」という言葉を英語の break という単語を使って表現すると英文としてはどうも不自然である。また、日本語ではよく抽象的な意味で「骨を折る」と言うがこの場合も break という動詞を使って表現することが出来ない。脚や腕の骨を折ったという場合の動詞は break でよいが、折紙を折ったと言う時には break ではなくて一般的には fold が使われる。日英の「構造」の違いとは、このように英語の単語、主として動詞が日本語のそれに対応する言葉と使用法がある場合は合致するが、合致しないケースも多々あるということを示すものである。（注1）

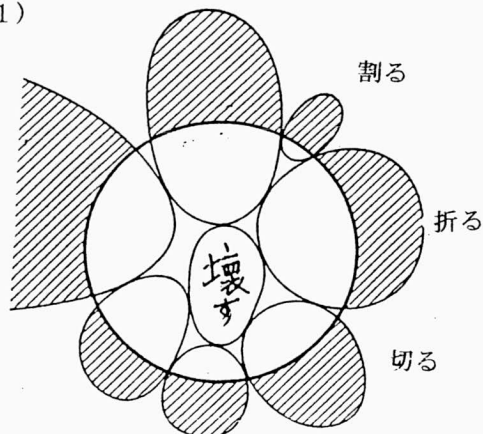
第一図



小島 義郎著

「日本語の意味英語の意味」 p. 3 より

第二図



太い円は break の使用範囲
細い円は日本語の動詞の範囲

鈴木 孝夫

「ことばと文化」 p. 9 より

日本語の文章を英文にする際、日英の意味のずれが生じると考えられる代表的なもの三点について簡単に述べたが、最近のテレビや雑誌等で使われている（日本語）言葉や表現の中には、先に述べた三点とは異なった意味で日英の意味のずれを感じさせる言語現象が出てきたように思う。この新たな日英の意味のずれを生じさせていると考えられる一連の言葉は外見上非常に英語に近いものもあるが、単に英語言葉を意識して作られた「造語」の一種であるカタカナ言葉がその大部分を占める。昨今ではその数も急速に増えているため日常頻繁に見られるようになってきた。外見上非常に英語に近い言葉というのは文法的あるいは構造的には一見英語になっているが、内容面においては自然な文やフレーズとは言い難い点があるという意味である。本文ではこれらの言葉について研究し、そのような言語現象の元となる文化的背景について探っていききたい。

1. イメージ言語としての「英語」

1.1 イメージ言語としての「英語」と外来語の違い

イメージ言語としての「英語」とは一体どのような言葉なのか、その特徴を外来語と比較しながら明らかにしていきたい。先に述べたようにイメージ言語としての英語はカタカナ言葉で表現される場合が多い、従ってしばしば既存の外来語と混同されてしまう可能性が高いが外来語とは異なった点がいくつかあると考えられる。まずひとつには外来語は日本語であるという印象を強く受けるが、イメージ言語としての「英語」は少なくとも現段階においては日本語と認めるのがやや難しいと考えられること、第二に外来語は必ずしも英語起源の言葉ではないがイメージ言語としての「英語」は文字どおり英語を基本とする言葉がその大部分を占めること、第三に外来語は主として他文化の生活様式に関連した既存の物品等で日本には当初無かったものに対しての一種の借用語である側面が強いが、イメージ言語としての「英語」は抽象的な意味を持つ言葉であり他文化ではなく日本人の感覚や感性に基づいた表現であることが挙げられる。第一の外来語は日本語であるという指摘について木村哲也氏は次のように述べている。

日本における外来語は、確かに8割が英語起源だ。（省略）そして、残りの2割が英語起源でないこともあるが、もはや外来語は英語ではないということをもまず認識していただきたい。「外来語」は、いわゆる大和言葉の「和語」や、音読みの「漢語」と並んで、日本語の「語種」の1つであるのだ。

（省略）例えば、「コーヒー」を漢字で「珈琲」と書くことはあっても、他の語種でいい換えることはできないはずだし、「ミルク」なら「牛乳」にいい換えられるような気がするが、例えば、赤ん坊がほ乳瓶から飲んでいるのは「ミルク」であり、大人がビンから飲むのは「牛乳」であって、これらを置き換えられそうもない。皿に盛ったら「ライス」だが、茶わんなら「ご飯」という違いもあるようだ。実際に使われる場面に応じて、無意識に外来語を使ったり、そうでなかったりしているようだ。そんなわけで外来語の使用は、もはやある程度は必然なものだ。（注2）

木村氏によると外来語研究における「外国語」とは、原つづりのままでなくカタカナで書いているものの日本語として熟していないものをいい、それが熟すと「外来語」と呼ばれ日本語の語種の1つになるそうである。これは例えば（言論、文書、合図などによる意見・情報などの）伝達、連絡、意志の疎通という意味のcommunicationという英語言葉をカタカナ（コミュニケーション）に置き換えた場合、このカタカナ言葉が日本語として熟していると考えられるのであれば「外国語」ではなく「外来語」とみなされるということになる。日本語として熟しているかどうかは「外国語」と「外来語」を区別する基準となるのであれば、イメージ言語としての英語のほとんどがたとえカタカナ言葉で表現されていてもその表現が日本語として熟していないと考えられるので外来語と呼ぶことは出来ないということになる。すなわちイメージ言語としての英語は日本語ではないということになるのだが、ではこのイメージ言語は外国語（英語）かということではない。結局、英語、日本語のどちらでもない言語表現としては非常に「曖昧」で「中途半端」な要素をもった表現というのがイメージ言語としての「英語」の特徴であると考えられる。

1.2 イメージ言語としての「英語」の表現

では、具体的にイメージ言語としての「英語」とは一体どのような言葉なのか、まずそのプロトタイプ（原型）と思われる表現から見ていきたい。

1. Come on in, Coke.
2. Yes, Coke. Yes.
3. I feel Coke.
4. Coke is it.

上の四つの表現は少し前にコカ・コーラのTVコマーシャルおよびポスター等に使用された宣伝用のキャッチフレーズである。4は完璧な英語であると考えられるが、1は英語として一般的にはあまり使われない表現である。英語表現で明らかに問題があると思われるのは2と3であるが、どちらも意味的に英語としては不自然というか基本的に成り立たない表現と考えられる。たぶんこれらの表現はネイティブスピーカーではなく、日本人のスタッフが考案したものではないかと推量するが、いずれもイメージ言語としての「英語」の典型であるといえる。この二つの表現は共通して一見英語だが日本人の感性や発想に深く根ざしている、いわば日本人にしか理解できない「英語」と考えられる。一見構造的には英語だが本質的には日本語の意味を基本につくられたこれらの表現は、例えば4の「純粋」な英語表現とくらべてむしろ日本人にとって意味が分かりやすく、親しみやすいと同時に受け入れやすいのではないかとと思われる。これらの表現を自然と感じ英語として特に問題（おかしい）と思わなかったのも、これらのフレーズが日本人の感性に基づいていたために比較的すんなりと解釈されたからだと考えられる。日本人の感性、そして発想に根ざした自然な解釈をすれば、それぞれの表現は一体どのような意味で捉えられたのであろうか。推測するには、2のYes, Coke. Yes.は、「そうだ、コカ・

コーラだ」ぐらいの意味で、同様に3のI feel Coke. (私はコカ・コーラを感じる)は「気分はコーラ」のような、ただ何となくコカ・コーラのイメージが伝わる言語表現として理解されたような印象を受ける。よく考えると意味は明らかではない、しかし何となくイメージが伝わる、雰囲気伝わる、そういった言語がイメージ言語としての「英語」の本質であると考えられる。

日常生活の中でこういった「雰囲気」、あるいはある商品にたいして一定の「イメージ」を与える言葉としてイメージ言語はかなり無意識に使われている現状があるように感じる。特に社会の情報化が進み、商品の多様化が一層必要とされる傾向がある現在ではその数も増えてきたようである。こういった言葉は例えばNHKのニュースや教育テレビの番組で耳にすることもあるが、その他のメディア、例えば新聞や雑誌、広告等でより頻繁に目にする機会が多い。中でも代表的なのが1. アメニティー、2. エコロジー 3. シルバー、4. ヘルス、並びにそれぞれの言葉を核とする複合語と考えられる。これらの言葉をイメージ言語としての「英語」という観点から更に英語の原語の意味と照らし合わせて見ていきたい。

本来英語のアメニティー (amenity) とは1. (場所や気候などの) 快適さ、(態度などの) 感じのよさ (... of) を示し、複数形で生活を楽しく (便利) にするもの、たとえば公園、公共図書館、遊戯場などを意味する言葉として一般的に理解されている。Oxford Advanced Learner's (4th ed.) はこの言葉をつぎのように定義している。

1. feature or facility of a place that makes life there easy or pleasant: People who retire to the country often miss the amenities of a town, eg libraries, cinemas, etc.

A sauna in the hotel would be a useful amenity.

2. pleasantness: He immediately noticed the amenity of his new surroundings.

また、Longman Dictionary of Contemporary English は amenity をつぎのように説明している。

Something in a town, hotel, or other place, that helps to make life pleasant and provide enjoyment: Parks and swimming pools are just some of the town's local amenities.

確かに日本人がイメージ言語として使う場合のアメニティーとは、生活をより楽しく、快適に、便利にといった意味があると思われる。しかし、公園やショッピングセンター、公共図書館といった施設よりむしろ個々の商品、サービスとして使われる傾向が強い。例えば女性が好んで読む雑誌の中には、「アメニティー・グッズ (商品)」と称してボディシャンプーやハーブ入りの石けんや椅子、スタンド等のインテリア商品を扱っ

ているのをしばしば見かける。特に、アメニティーグッズとしての明白な基準があるわけではないが、椅子でも机でも いわゆる本来の「機能」だけでなくファッション性の高い付加価値商品が「アメニティー・グッズ」、と呼ばれる傾向が日本では見られる。また、「アメニティー・プレイス」とは、行って楽しめる「場所」を意味するそうである。アメニティーという言葉が具体的に使われた例として、某大学の講義要項がある。体育の授業に「アメニティー・エクササイズ」（注3）というのがあった。内容を確認したところそれはエアロビクスとほとんど変わらない「運動」であるということが判明した。一般的にアメニティー・エクササイズ＝エアロビクスではないが、ではなぜエアロビクスと書かずにアメニティー・エクササイズと書いたのかたずねたところ、イメージ的にエアロビクスはハード（きつい）な運動といった印象があるが、アメニティー・エクササイズは（体に）快適で健康によいといった「イメージ」があるので使用したと関係者は説明した。

「アメニティー」という言葉が最も多く見られるのはやはりインテリア関係、建築関係の雑誌ではないだろうか。「快適な空間」をイメージするという意味で浴室や台所、トイレだけでなくテラス、書斎などの一種の「贅沢な空間」を形容する言葉としてかなり頻繁に使われている。「快適な空間」という意味で「アメニティー」が使われていた例を新聞の紙面の広告等でも何回か目にした。そのひとつは分譲墓地の広告で、当時は奇異に感じたことを記憶している。もうひとつは確か車の広告であった。このように、かなり幅のある異質の「物」、「事」に「アメニティー」という言葉は使われている現状が見られるが、結局この言葉は実態はどうであれ一種の「快適さ」および「快適な場所」を意味（イメージ）する言葉として利用されていると考えられる。

次にエコロジー（ecology）という言葉に関連したイメージ言語の例をいくつか見ていきたい。その前にコリンズ・コウビルドで原語の意味を調べてみると次のように書いてある。

the pattern and balance of relationship between plants, animals, people, and their environment.

また、Oxford Advanced Learner'sによるとecologyとは、(scientific study of) the relation of plants and living creatures to each other and to their surroundings.

辞典にあるように、本来、この言葉は生態学、環境学、人間（社会）生態学といった意味を持つが、カタカナ言葉でエコロジーと言う場合、すなわちイメージ言語として使われる場合、これらの意味に加えて、いわゆる人間による自然破壊、公害などに反対する意識を含んだ言葉としての意味合いが強くなると考えられる。特にエコロジーを核とした複合語にこういった傾向は顕著に見られるように思う。例えば、すでに日本語として親しまれているエコ・マークという言葉の意味を「カタカナ語辞典」で調べてみると、以下のように書かれている。

エコ・マーク（とは）エコロジー・マークを略した語で、資源を再利用したり、環境汚染を抑える工夫をするなどの、いわゆる「地球にやさしい」商品に付けら

れるマーク。良好な環境を維持し、消費者の生活や健康を守るために、環境庁の指導のもとに（財）日本環境協会が認定事業を実施している。1989年に、フロンガスを使わないスプレーに付けられたのが最初。現在では2000以上の商品にエコ・マークがついている。（注4）

エコロジー＝地球にやさしい、といった意味を核として持つイメージ言語には次のような表現がある。

- | | |
|-------------|-----------------|
| 1. エコ・ケア・ビル | 6. エコシティー |
| 2. エコスクール | 7. エコ・ステーション |
| 3. エコ・バンク | 8. エコ・ツーリズム |
| 4. エコ・ビジネス | 9. エコロード |
| 5. エコポリス計画 | 10. エコロジーファッション |

（注5）

「シルバー」という言葉のイメージを核とした複合語も、また、アメニティーやエコロジーと並ぶイメージ言語の代表的なもののひとつであると考えられる。それらが原語とどのように違うのか、まず原語の意味から確認したい。Longmanの定義をまず見てみたい。（はじめは名詞として、つぎに形容詞としての意味）

1. a soft whitish precious metal that is a simple substance, carries electricity very well, can be brightly polished, and is used in jewellery, coins, and knives, forks, etc.
2. coins made of silver or a similar metal, and not of copper.
3. spoons, forks, dishes, etc., for the table, made of silver or a similar metal.

1. made of silver
2. of the color of silver

Oxford Advanced Learner'sもLongmanとほぼ同じ意味の定義づけをこの言葉に与えている。Collins Cobuildも基本的にはこれら二つの辞書とほとんど変わらないのでここでは省略させてもらう。では、次にカタカナ言葉のシルバーの定義を見てみたい。「官公庁のカタカナ語辞典」によるとシルバーとは1. 銀、銀食器、銀製品 2. （和製用法で）老齢の、高齢者の、または老人、と出ている。この2.の定義は原語には含まれていないが、老齢というイメージを核として複合語がつくられ新たなイメージ言語となる。例えば、シルバー・エージ、シルバー・カー、シルバー・サービス、シルバー・ビジネス、シルバー・ハウジング、シルバー・ピア、シルバー・ホン等がある。一体シルバー・ピアとは何なのか言葉から連想できるだろうか。これは世話や介護を受けられる高齢者用集合住宅を指す言葉で、silverとutopia（理想郷）からできた言葉だそうである。（注6）ではシルバー・カーとは一体どんな車なのかわかるだろうか。これはふつうの車ではなくて高齢者向けの歩行補助車

比べて解釈にかなり幅があるという傾向と、そのために意味が相当曖昧になるという傾向がさまざまな用法に見られる。

2. イメージ言語としての「英語」とその背景について

1994年の四月に「官公庁のカタカナ語辞典」と称するカタカナ語を専門に扱う辞典が出版された。監修者である下河辺淳氏は本辞典の必要性について、次のように述べている。

カタカナ語を抜きにして、現代の言語生活を考えられなくなってから久しい。外国語をそのままカタカナ読みにした言葉から始まって、その縮約語や新たにわが国でつくられた造語も含めて、今日ではカタカナ語がわれわれの日常生活に欠かせない伝達手段の一つになっている。とくに科学技術・経済・国際関係などの分野では、カタカナ語の知識なしには、ほとんど何も理解できない状況にあるといっても過言ではない。激しい変化にさらされている世界と日本の現実を正確に把握しようと努める人びとにとって、カタカナ語はキー・ワードの役割を果たしているのである。

(省略)、各省庁が毎年出している白書ないし青書は、さまざまな分野での世界と日本の現実と未来の見取り図を提示したものである。そこにはシステムとかセンターといった一般的なものから、アーバン・エコロジー・パーク、ミニマム・アクセス、テレトピアのように官公庁独特の用語まで、カタカナ語が頻出している。とくに国・地方公共団体が推進している施策・制度・計画などには、カタカナ語でネーミングされるケースが多数見受けられる。この使用は、行政の国際化と官公庁業務の新規分野への拡大を如実に示すものであるが、一方で、カタカナ語の頻出する傾向に対する批判がないわけではない。しかし、カタカナ語を使用することによって、翻訳語で難解な定義をするよりは、容易く共通のイメージが得られることもまた事実である。その意味では、カタカナ語が、日本人の思考経済にどれだけ寄与してしたか、計り知れないものがあるだろう。(省略) 今まであまり取り上げられることのなかった「官公庁のカタカナ語」を中心にこの辞書を編んだのも、現在の時点で、官公庁で使用されているカタカナ語の実態を的確に把握し、整理し、定義しておくことが必要だと考えたからにはほかならない。(注7)

以上の説明にあるようにこの辞典は数多くの官公庁で使われているカタカナ語を収録している、しかしそれだけではなくマスコミなどに頻出し、現代人が日常目にしていくようなカタカナ語も広く収集している。そのジャンルは、政治、国際関係、企業、産業、環境、社会、福祉、家庭、レジャー等で、外国語をそのままカタカナ語にしたもの、外来語、和製英語(と表示されているもの)に分けられ、約一万語が見出し語として立項してある。そして和製英語の大部分がイメージ言語と考えられる。これだけ多くのイメージ言語があるということは大きな驚きであるが、こういった言葉が必要とされる、あるいは好まれる背景について更に考えていきたい。基本的には二つの要因があると推測される。ひとつは社会的要因、そしてもう一つは文化的要因であるが、それぞれの要因について個別に述べていきたい。

なのだそうだ。どちらの言葉も解説されればなるほどと思うが、よくわからないのは、なぜ「高齢者用集合住宅」ではなく「シルバー・ピア」という言葉を使う必要があるのか、ということである。前者は言葉数が多くて言いにくいが後者は表現的にすっきりしている、といった理由もあるのかも知れないが、例えば盲導犬という言葉は短くて意味も分かりやすい、しかし最近では盲導犬をアイ・ドッグというらしい。すでに日本語の表現で十分理解できている現状があるのに、わざわざ新しいカタカナ言葉の表現をつくる傾向が最近見られるが、疑問を感じることも少なくない。

アメニティー、エコロジー、シルバー、を核としたイメージ言語の主な表現を見てきたが最後にヘルスという言葉に関連したイメージ言語の表現をみてみたい。原語でヘルス (health) とはつぎのように書いてある。

A person's health is the condition of their body and the extent to which it is free from illness or able to resist illness. (Collins Cobuild)

また、ヘルスの複合語の言葉としてヘルスセンター (health centre) とヘルスフード (health food) が挙げられている。原語のヘルスセンターとは下記にあるように病院と並ぶ医療施設と考えられる。

A health centre is, in Britain, a building in which the doctors of a particular district have offices where their patients can visit them.

(コウビルド)

では、カタカナ言葉でヘルスセンターとはどのような意味で使われているのだろうか。カタカナ語辞典によると原語の意味とは異なり、保養、休息、遊戯などの設備が整った大衆娯楽場とある。カタカナ言葉のヘルスは「健康」を意味すると同時に、「何か健康によいこと」を意味する言葉でもある。

日本語にはメンタル・ヘルスという言葉があるが、一般的に「精神衛生」という内容がはっきりしないままに定着し、ふつうの会話の中でも（本来の英語の意味とは違った意味で）使われていると小林司氏は彼の著書である「脳を育てる脳を守る」の中で述べている。氏によると「精神衛生」と訳された術語の原語は「メンタル・ハイジーン」で「メンタル・ヘルス」ではないことを指摘している。

(メンタル・ハイジーン) この古い術語自体が何を意味しているのかあいまいだというので、1940年頃には先進諸国で「メンタル・ヘルス」という新しい術語に切り替えられた。「精神保健」、平たく言えば「心の健康」というほどの意味である。ところが、日本だけは150年も昔の用語をそのまま踏襲して、現在でも依然として「精神衛生」という時代錯誤的な言葉を平気で使っている。国立精神衛生研究所とか日本精神衛生学会とかいったぐあいだ。もっとも、厚生省精神衛生課は1984年になっておそまきながら精神保健課と改称したようだ。看板の表現があいまいだと、中身も適当に詰めかえることができる。

ヘルスという言葉だけでなく、イメージ言語全般についていえることだが、原語の意味と

2.1 イメージ言語としての「英語」とその社会的背景について

数多くのイメージ言語が作り出される第一の理由はそれらが商業ベースに乗りやすくまた汎用性が高いということが挙げられる。先にも述べたように、イメージ言語は個々の商品、サービス等と強く結びついている。従来からある「物」あるいは「機能」に多少変化をつけた付加価値商品がいわゆるアメニティグッズやエコロジー商品と呼ばれると考えられる。またこういった現象は、われわれの社会が一種の飽食状態にある現実をよく表しているように思う、というのも現在では各家庭において「生活必需品」といわれるものは全て揃っていると考えられるからである。新たに欲しい「物」はあっても必要な「物」はほとんど無いという状態の中で、商品は他の商品との違いをより一層明確にし、独自性を主張しなければならなくなった。それぞれの商品の「機能」そのものに違いがほとんど存在しないということになれば商品の言葉によるイメージづくりは尚一層重要な役割を担うことになる。英語に基づくイメージ言語はそういった時代の要請に適した言葉であると考えられる。国際化に伴い外国語、とりわけ英語でのコミュニケーション能力が社会的にも評価される傾向が顕著である今、英語的表現を使うことは一種の「流行」とも考えられる。日本人の考える国際化と時代に合った新しい感覚、舶来品のもつ高級感というものが重なり合ってイメージ言語のような表現を作り出す下地となっている印象を受ける。これらの言葉はそういった意味においてはまさに必然性をもって作り出されたと考えられる。

2.2 イメージ言語としての「英語」とその文化的背景

日本人は長期間にわたって外国の文化を巧みに取り入れその商品化に成功してきた。例えばクリスマスやバレンタイン・デーに関連した商品づくりなどである。また、高度なハイテク技術を取り入れてそれらを商品化して逆に海外に輸出しているものもある。最近海外でも非常に人気が高いカラオケや「任天堂」で知られるファミコン等がその好例であろう。イメージ言語としての「英語」もある一面において言葉（外国語）の商品化として考えられるのではないだろうか。外国語をそのままの形で使用するのではなく日本人の感覚に合ったように作り変えて利用し、感覚に合わないものは自然消滅するという図式は単に言葉だけに当てはまるものではなく、多くの外国製品にも共通している現状であるように思われる。最後に、本文では、イメージ言語としての「英語」とそのような言語を基本的に好む日本文化の関係について考えてみたい。

イメージ言語は特徴として非常に曖昧であることはすでに指摘したが、日本人はこれまで「言葉」によるコミュニケーションというものを重んじてこなかった、厳密には「言葉」によるコミュニケーションを重んじるという意識が希薄であったと考えられる。表面的な言語表現よりむしろ「以心伝心」という、言葉を使わず心から心へ考えを伝える、黙っていても相手と心が通じ合うことに高い価値を置いてきたといえる。日本人にとって言葉とは、そもそも何かを主張する手段ではなく相手にこちらの意志や感情を「察して」もらうための一種の「プロセス」のようなものであったと考えられる。従って表現上、物事にたいして「白黒」をつけることは好まれず曖昧さをむしろ好む傾向があっ

た、すなわちイメージ言語を自然に受け入れる基盤がわれわれの文化にはあったという印象を強く持つ。

日本人が言葉によるコミュニケーションを必要としなかった背景には、日本が米国のような多民族国家ではなく、極めて同質性の高い社会であったためだと考えられる。曖昧な表現を使ってもコミュニケーションがある程度成り立つのもお互いが比較的共通の価値観をもっているからこそ可能となるのではないだろうか。また、日本人のどこかに多少言葉や表現が曖昧でも何とか通じ合えるといった思い（意識）があるのだと考えられる。

結語

イメージ言語としての「英語」は時代の流れに基づいた社会的要請であると考えられるが、その根底にはそういった言葉を生む文化的下地があると考えられる。国際化が進むなか、日本人は真剣に言葉によるコミュニケーションの重要性を認識する必要があるのではないかと思う。本来、言語活動とは的確に相手に意志を伝える手段・道具であるが、イメージ言語は抽象的概念としての要素が強いため、とかくイメージだけが先行する傾向が見られる。そういったイメージ言語の多用は結果として実質的な意味のある対話を難しくする可能性が高いのでこの点については十分な配慮が必要である。

イメージ言語について学習することは日英文化とそれぞれの文化に基づくコミュニケーション・パターンの違いを理解することにつながると共に、日本人の言語によるコミュニケーション活動そのものを再検討し見なおすきっかけとなるのではないかと考えられる。

「注」

1. 鈴木 孝夫：「ことばと文化」、岩波新書、1973、東京、p. 6-14
2. 木村 哲也：「和製英語」という言い方はヘンだ、「現代英語教育」12月号、研究社、1994、p. 70-71
3. 産能大学講義要項（前学期）、1994、p. 245
4. 下河辺 淳：「官公庁のカタカナ語辞典」、三省堂、1994、東京、p. 69
5. 同上 p. 67-69
6. 同上 p. 234
7. 同上 「はじめに」から

「参考文献」

1. 小島 義郎：「日本語の意味英語の意味」、南雲堂、1988、東京
2. 小林 永二：「英米語比較概論」、泉屋書店、1991、大阪
3. 小林 司：「脳を育てる脳を守る」、日本放送出版協会、1987、東京、p. 6-7