

科学研究費助成事業（学術研究助成基金助成金）研究成果報告書

平成 25 年 5 月 20 日現在

機関番号：10101
 研究種目：挑戦的萌芽研究
 研究期間：2011 ～ 2012
 課題番号：23652080
 研究課題名（和文） 活字メディアにおける専門言語の歴史的普及の基礎研究

研究課題名（英文） On historical distribution of language for special purposes in printed media

研究代表者 江口 豊 (EGUCHI YUTAKA)
 北海道大学・大学院メディア・コミュニケーション研究院・教授
 研究者番号：70203627

研究成果の概要（和文）：19世紀および20世紀のスイスのドイツ語新聞を対象にして、経済関連紙面の報道について調査した。研究計画を策定した当初想定していた経済学の新しい用語が紙面に反映されることはなく、経済事情の変化そのものが新聞の専門用語の使用に影響することが判明した。またスイス特有の言語使用や、これまでも確認されてきたドイツ語の歴史での外国語からの影響がわずか80年ほどでも変化することが結論づけられた。

研究成果の概要（英文）：The use of special words for economy in a German newspaper in Switzerland of 19th and 20th century was examined. There was no evidence of influence of developments of economic science. Rather, economic change in society had more influence on newspaper terminology.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
交付決定額	1,700,000	510,000	2,210,000

研究分野：人文学

科研費の分科・細目：言語学

キーワード：新聞ドイツ語 専門言語 新聞の歴史 経済

1. 研究開始当初の背景

(1) 専門言語という社会的な言語バリエーションの存在とマスメディア

高度に発達し、分業化が進行した現代社会では、それぞれの領域に対応した多様な言語のバリエーションが存在する。しかし、当然ながらその言語のすべての話し手が、それらの言語バリエーションを理解し、使用できるわけではない。その一方で、マスメディアなどを通じてそうした言語のバリエーションが社会全体に広まっていく。われわれは、この言語のバリエーションに日々新たに接することを余儀なくされている。マスメディアは専門言語を一般の人に普及させる働きがあると考えられているが、それがどのように起こるのかははっきりしていない。すなわち、専門的な言語のバリエーションがどういう

過程を経て新しく社会に紹介されるのか、どう一般の人々つまり当該の専門家ではない人々に受け入れられているのか（その理解や無理解を中心に）が問題として論じられている。

(2) メディア効果論における専門言語のはたらし

マスメディアで使われるドイツ語が理解しにくいという調査（テレビニュースの50%を視聴者が正確には理解していない）もあるなかで、その原因の一つとして上に紹介した専門的な言語バリエーションの存在が挙げられている。すなわち専門的な言語のバリエーションは社会のなかのコミュニケーションを促進するのか、阻害しているのか、その両面が問題にされる状況が併存している。これは単に社会言語学の問題であるばかりでな

く、マスメディアに関する研究でも、マスメディアの報道が読者・視聴者にどのように働きかけているのか、言い換えればどう影響するのかを問題として扱うメディア効果論という分野でも問題にされる点となる。

(3) ドイツ語史における専門言語

ドイツ語の歴史研究では、専門的な言語の使い方に変化があったことがいくつかの分野に関して報告されている。ただし、経済分野にしぼって、しかもマスメディアを資料にしてどのような変化があったのかを実証的に調べたものは、新聞が成立した17世紀初期の資料を対象にしたものを除けば少ない。とくに経済学が著しく発展した19世紀から20世紀にかけて、経済学を中心とする学問研究の影響があったのかについても調査されたことはなかった。

(4) 専門言語研究と言語資料

専門語に関する研究では、個別レジスター研究で巨大化するコーパス利用に基づいた調査が行われる傾向がある。また、専門語研究をリードしてきたドイツ語圏でも、理論上の展開はともかく、やはり語彙レベルに関心が集まりがちな傾向は否めないし、実際にもっとも顕著な指標でもある。マスメディアが専門語彙の最大の「分配者」だという指摘もあるが、どのように専門語が浸透・拡大しているのかに関する具体的な調査研究の実施は、資料としての等質性を担保できる言語資料の確保が容易でないため、試みられていない。そうした中で、最大で200年以上の歴史をもつ単独の新聞に表われる報道テキストは、その数少ない可能性を示している。

(5) 新聞の歴史とドイツ語の歴史

マスメディアの代表的存在である新聞はドイツ語圏で誕生した。新聞は発生当初から軍事・政治を中心に専門的な言語の使用が確認されているが、そもそも新聞が発生した社会的環境を解明することが、新聞というマスメディアでの言語使用に関係する問題点について考察する前提となる。同時に、新聞がなぜヨーロッパのドイツ語圏で発生したのか、そのドイツ語史上の意義などについても整理検討する必要がある。これに関連して、スイスでの歴史的状況、言語的状況も可能な範囲で考慮する必要がある。

(6) 知識移行学の視点

21世紀初頭のドイツを中心に、専門家と非専門家との間のコミュニケーションについて言語学的にアプローチする研究が進められてきた。具体的には学問の成果に基づく啓蒙、広告や商品説明などの現象を資料に取り上げ、専門的な言語使用が一般の人々に向けてきた。報道内容そのものを論じたケースは少ない。

2. 研究の目的

ジャーナリズムの分野には政治・経済・スポーツなどさまざまな専門領域があるが、経済分野を対象に絞り、使われている専門的な言語表現の変化を調査することが目的である。そのなかで以下の点に特に留意した。

(1) 5年分の経済関連記事テキストを調査して、実際にどのような専門的表現が使用されているかを確認する。

(2) 使用されている専門的表現に、10年から20年ほどの時間間隔をおいた年度により変化があるか調査する。

(3) 使用される専門的表現にどのような特性（例えば外国語からの影響など）があるか調査する。

(4) 19世紀、20世紀の同時代の経済社会関連科学の概念が専門表現として使用されているか確認する。

(5) 使用されている専門表現にスイスドイツ語特有のものが認められるか調査する。

(6) 新聞の発生・発展の歴史に関して、先行研究を含め考察・整理する。

(7) 研究方法上の問題として、専門的な言語バリエーションに関する研究では、個別の変種の調査研究で巨大化するコーパス利用を利用する傾向がある。歴史的な巨大コーパスを構築すること自体は膨大な人的・財政的裏付けが必要であるが、長期に継続刊行されている新聞を利用する方法が、言語資料の一定程度の等質性を担保する上でどの程度有効であるかを検証する。

(8) 専門言語現象普及プロセスのモデル化を目指す。専門言語の現象が場合によっては人口に膾炙することは知られている。言語変化がいつでも、どの言語共同体においても起こりうることを指摘することと同じであり、実際にどのようなプロセスを通じて起こっているのかという、いわば「現場を観察すること」はほとんど不可能である。本研究でも、新たな専門言語に関わる現象を観察することはできないにしても、マスメディアの残したテキストを手がかりに変化の痕跡を辿り、そうした現象の一つのモデル化を目指した。

3. 研究の方法

研究方法は概略としては、以下の四点で構成されている。

(1) 言語資料の収集と電子化

調査の対象にスイスで発行されている新聞 (Neue Zürcher Zeitung) を選び、1860年、1880年、1900年、1910年、1928年一年分の紙面すべて (広告ページを含む) を電子ファイルに取り込む。1920年ではなく1928年を選択したのは、第一次世界大戦直後の混乱期と想定される1920年の紙面を分析することは、戦争とその後の講和・賠償過程に話題が

集中し、いわば平時の紙面とは異なるテキスト展開が危惧されたためである。作業は研究補助員の助けも借りて、マイクロフィルムからPDFファイルへの変換する形態をとった。Neue Zürcher Zeitung紙を選択した理由は二点ある。先に触れたとおり、創刊が1780年で二百年以上大きな経営上・編集上の方針転換が無く、言語資料の等質性を一定程度担保できると想定できること、また創刊当初から現在に至るまで一貫して知的読者層を対象にしていると見なしてよい社会的評価をもついわゆるクオリティーペーパー（高級紙）だからである。

(2)各年度で奇数月の紙面を同じ曜日が重ならないようサンプリングし、一ヶ月あたり5日から6日分を取り上げた。それらの新聞の経済関係の記事を通読して、経済分野の専門用語を逐一拾い出す作業を行った。頻度は問題にしていなかったため、定量的な調査を実施していない。

(3)拾い出した専門語を年代ごとに比較した。

(4)19世紀から20世紀にかけての経済学の専門語・術語の変化を比較参照するために調査した。

(5)ドイツとは一部違ったスイス独特の用例は別に整理した。

(6)17世紀前半の新聞草創期における専門言語の利用状況について、先行研究の知見を知りする。

4. 研究成果

(1)新聞の経済紙面の専門用語には、当初想定していた経済学等の術語用語などの専門語が直接反映されてはいないことが確認された。もちろんマスメディアのオーディエンスとしての新聞読者が求めるのは市況情報を中心とする実利的な情報である。したがって、経済紙面で取り上げられる記事に記述される言語表現などは、実際の経済活動に関するもので、そこでの変化・革新があれば新たな専門語として表れるが、それ以外の新現象が確認されることはない。市況関連の記事に限定すれば、マスメディアで使用される経済分野での専門語は意外に保守的であると言えることができる。ただし、この点は本研究の調査対象となった約80年という時代差ではなく100年、200年単位でのより長期の資料で確認する必要がある。とりわけ20世紀末の金融工学と言われる経済・経営学の考え方が市場の実務に影響し、実際の金融商品などに具現化しない限り、この分野の紙面で大きな変化を期待できないと考えられる。

(2)活字メディアとしての新聞は17世紀始めの発生以来、軍事・政治の専門の記事が相当の比率を占めていた。当時はイタリア語、フランス語、ラテン語などからの借用語が多

用され、その後、そうした表現がドイツ語化されたことがドイツ語史研究では指摘されている。本研究の分析対象でも、19世紀後半の紙面では同様の借用語が多用されているが、20世紀に入ると、ドイツ語化と英米語からの借用語が増加することが確認できた。従来17世紀とそれ以降の時代での傾向と考えられていた現象が時代上のズレをともなって起こったものと言えよう。ただし、この種の変化はごく緩慢なもので、1900年に限ればこの年度特有の専門語の使用は確認できなかった。

(3)17世紀にドイツ語圏で新聞が発生して、いわば今日的な意味でのマスメディアが成立した。それは、誰にでもアクセスできるという公共性、話題に限定が無いという普遍性（週刊で始まったとは言え後に日刊へと進化した）提供の時間間隔に規則性があるという定期性、当時の最新技術であった活版印刷やヨーロッパ各国に配置した通信員および販売網などの組織・技術の運用、刊行に関わる継続性（世界最初の新聞とされるシュトラースブルクの新聞は約50年刊行されつづけた）などの特徴を初めて満たす制度として成立したためである。新聞のこうした特徴は、放送・電子メディアが中心的な役割を果たす現代にも維持されていて、定期性の拡張（世界中のニュースが瞬時に報道される）、メディア内容の多様化（文字単独からイラストの付加、写真の添付、動画の呈示など）として確認される。

(4)新聞の発生は言語史的にも非常に大きな変化をもたらした。量的に非常に少数の社会階層に限定された文字や読書という言語行為が識字層とその周辺の人々（非識字者でも音読により新聞内容を承知したことが指摘されている）に拡大したことがある。ドイツ語史研究者 Eggers はこれを「書き言葉の民主化」と呼んでいる。そして、方言しか話さなかった人々が「書き言葉として成熟した言葉を口にさせた」とも指摘している。本研究の直接の対象である19世紀、20世紀に関連づけると、いわゆる大衆社会が実現した時代にあつて、上に指摘された点が拡大進行したと言えるだろう。

(5)新聞のドイツ語に対する評価は19世紀に限れば否定的なものが主流となったことは先行研究でも指摘されている。制作のための時間的制約、掲載スペースの制約などに基づく文体上の特性（名詞文体や種々の言い換え、紋切り型の文型・言い回しの多用など）にとどまらず、高尚文学との対比で繰り返される下賤というマイナスの評価である。Neue Zürcher Zeitungでは、知識層を読者に想定していることもあり、いわゆる文芸欄が一貫して存在し、この種の批判に反論・対抗する意図を推察することができる。

(6)対象とした Neue Zürcher Zeitung の紙面規模の変遷について、1860年から1928年にかけて以下の点が確認された。

①紙面ページ数は4ページから約32ページへと8倍に増加している。

②1ページあたりの掲載語数も概数で2300語程度から3000語程度へと増加している。これは印刷用の活字関連技術（活字そのもの、紙の質、インクなど）の進歩によるものと考えられる。

③誌面の範疇が複雑化している（例えば20世紀以降スポーツ、演劇映画、ラジオ番組欄、航空運行状況などが新たに登場している）。誌面の変化は当然ながら広告内容にも及んでいる。

(7)経済以外の分野での専門用語の変遷について今後調査する必要がある、それらをまとめてはじめて新聞における専門語の使い方の全体像が見えてくると考えられる。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕（計 1 件）

著者名：江口 豊

論文題名：ドイツ語圏活字ジャーナリズムの歴史と専門語の使用について

Neue Zürcher Zeitung の場合

雑誌名：国際広報メディア・観光学ジャーナル

査読の有無：有り

巻：17

発行年：2013年

ページ数：未定

〔学会発表〕（計 1 件）

発表者名：江口 豊

発表標題：ドイツ語新聞のあれこれ

学会名：北海道ドイツ文学会

発表年月日：2012年7月14日

発表場所：北星学園大学（札幌）

〔図書〕（計 0 件）

〔その他〕

ホームページ等

6. 研究組織

(1)研究代表者

江口 豊 (EGUCHI YUTAKA)

北海道大学・大学院メディア・コミュニケーション研究院・教授

研究者番号：70203627

(2)研究分担者 ()

研究者番号：

(3)連携研究者 ()

研究者番号：