

メディア英語が言語習得に与える影響

池 田 祐 子*
野 中 昭 彦**

国際化社会と言われ始めてかなりの時間が流れたが、未だに「中学校から英語を学び始め、大学まで 8 年も勉強したのに、なぜ英語をまったく話せないのか」と嘆き、疑問に思う日本人は多い。学校教育で英語に 8 年も費やせば、多少は運用能力がつくことを期待するのも当然かもしれない。しかしながら、ほとんどの日本人がよほど英語に興味を持ち、自発的に相当の時間をかけなければ英語を駆使できるようにはならないのが現状である。日本人が英語を話せないことの原因は複数考えられる。まず、受験のための英語で精一杯である学習者が多いことである。高校や大学入試の一次試験では客観的、かつ画一的な判断が求められるため、話す能力よりも正誤問題や訳等の筆記が中心にならざるを得ない。試験官が受験者を対面式で一人一人確認するのも、受験者の人数を考えると現実的ではない。したがって、受験英語は発音や会話能力を度外視せざるを得なくなる。第二に、日本の文化的要素が挙げられる。浜口（1988）の指摘にあるように、日本社会は円満な人間関係を重要視する。その風土が、中学、高校などの授業で、一人だけ積極的に英語らしい発音をするのを躊躇させる。いわゆる“出る杭は打たれる”といった諺が、その象徴であろう。つまり、自分だけが英語母国語話者のような発音をすると、他の生徒の目が気にな

* 福岡大学人文学部外国語講師

** 関東学院大学人間環境学部現代コミュニケーション学科講師

るのである。そのため、本来の発音ではなく、カタカナで書かれたような発音を他の全員が行っていると、他の人に合わせてしまう傾向がある。教師がそれを指摘しないのも助長の要因であろう。しかし、そうした模範となるカタカナになってしまった英語は、実は誤った形で借用されていることが多いという現実も、英語力が伸び悩む第三の原因として挙げられるだろう。日常的に日本語の中で使われる英単語が学習者の記憶に残り、それを英語学習の際にそのまま使用すると、時に問題が生じるのである。つまり、日々の生活に遍在する英単語を日本語として使いやすく発音した結果、本来の発音とかけ離れてしまうために、正しい英語発音習得の妨げともなる場合がある。

現代の情報化社会において、常に新しい情報を入手するために、一般大衆はテレビ、ラジオ、インターネットなどを利用し、日々多量の音声や文字情報にさらされている。人間は古来より、自分の考えを大勢の人に伝えようとする際、演説という手段を使っていた。しかし演説では伝えることができる聴衆は限られており、せいぜい数十人から数百人といったところであっただろう。その後、写本や木版の印刷などで大衆を相手に自分の意思や考え、また情報を伝えることが可能となった。その後、1450年頃にグーテンベルクが発明した活版印刷法により、マスメディアは飛躍的に進歩し、印刷物を通して人々が新しい情報を入手することは格段に容易になった。そして今日、人間の生活の中でテレビ、ラジオ、新聞、インターネット等マスメディアが果たす役割は大きく、マスメディアからの情報がない環境は考えられない。元来、マスメディアは送る側から受ける側への一方的な情報の流れがその大きな特徴であった。もちろん、記事に納得のいかない読者が新聞社へ投稿することや、テレビ番組に対して抗議の電話をすることはこれまでもあったが、発信される情報に対してのフィードバックはほとんどなかった。それが、インターネットの登場で、誰もが情報の発信源となることが可能になった。簡単にホームページを作成することができ、不特定多数の読者に情報を流すことができる。しかも、インターネットで情報

を配信することの最大の特徴はその匿名性である。出版された図書や新聞と違って、インターネットに情報を掲示する際は、身元を明かす必要はない。しかし裏を返せば、信頼できる情報であるか否かに関わらず、その多くは何の躊躇もなく鵜呑みにされ、人々の記憶の中に残っていくのである。これは情報の真偽に限ったことではなく、その情報に含まれる語彙をも鵜呑みにされる可能性がある。問題は個人で発信する情報には監査が入ることはなく、そのまま手付かずの情報が流れるということである。これはインターネットだけでなく、テレビやラジオでも起こりうることであろう。新聞はまだ幾重にも監査することは可能であるが、テレビやラジオでは情報の新鮮さ、速さが重要視されるため、確認が疎かになっているようであるからだ。その結果として視聴者は度重なる発音や読み方の誤りを耳にする。なかでも最近は外国語の使用の誤りが気にかかる。小論では、マスメディアを通して伝達されるカタカナ英語を取り上げ、頻繁に使用されるそれらを大学生たちがどのように記憶し、またそれが英単語の発音を身に付ける際、どういった影響を及ぼしているかを調査したい。

これまでの慣習から、マスメディアに登場する英単語は必ず日本語の発音に直されなければならない。特に書かれたもの、つまり新聞やインターネットに掲載されるものは限られた数の文字（五十音）で表記するため、b と v、th と z の違いなどは日本語には最初から存在せず、それぞれ「ブ」や「ズ」という同じ表記になる。それをそのままテレビやラジオで発音すると、本来の英語の違いを差別化することは出来ない。現在の外来語の導入手順に仮に順序をつけるとするならば、「書き言葉があって、それを発音する」となるであろう。テレビにせよラジオにせよ、外来語が日本に輸入された場合、まずカタカナ表記の単語を用いて原稿を誰かが書き、それをアナウンサーなり出演者が発音しているのである。この過程において、時に日本人に謝った認識を与え、また誤解を生じさせることがある。例えば、「説明責任」という単語は今日の日本社会に完全に定着したが、この考え方はもともとわが国にあったものではなく、

1993 年頃に日本研究家のウォルフレンによって会計学の用語として英語から輸入されたものである (Wolferen, 2002)。この考え方を採用した当時は、アカウンタビリティという単語をそのままカタカナで使っていたが、その訳語としてウォルフレンらにより「説明責任」という単語が作られた。しかし、ウォルフレンによると、本来の accountability が持つ意味を説明責任という単語が完全に言い表せているかという疑問だという。なぜなら周知の通り、言葉とはその文化を反映し、その文化特有のものだからである。しかしながら、いくら説明責任が accountability の本来の意味を伝えられていないからといって、カタカナでアカウンタビリティと書けば（または読めば）本来の意味のままであるのか、という単純な疑問が生じる。サピア＝ウォーフの仮説に基づけば、文化が違えば言葉は変わり、それに含まれる意味も変わるため、一つの単語を別の言語の一単語に置き換えるのは所詮無理であり、その同一性を完全にしようとするのは無意味なことである。しかし、意味の上で互いに高い近似値にある単語を選ぶか、または作り出すことによって、初めて互換性のある単語になるであろう。そうであるならば、外国語の単語をただ単にカタカナとして発音するのは、日本語に置き換える作業を敬遠しているといわれても仕方がない。「ユビキタス、偏在するという意味ですが…」という説明と共に ubiquitous がカタカナ語として使われることがあるが、日本語で言い直さなければ通じないような英単語であるならば、そのようなカタカナ語を強いて使う必要はないはずである。むしろ近似値の高い単語を探すか、新たに作り出す方が、余程説得力をもつと考えられるのである。

しかしその一方、日常生活の中でカタカナとして外国語を多く用いることにより、その分英単語を覚え、英会話の際に役立つとも考えられるだろう。これだけの英単語が普段の会話に含まれている原因の 1 つはそこにあるのかもしれない。しかし、そのような単語をせっかく覚えたとしても、発音ができなければ結局、英語母国語話者には通じないのである。この矛盾の原因は、現在のカ

タカナ英語の導入の不正確さにあるのではないかというのが、筆者の疑問である。

言葉は常に変化するものである。当然のことではあるが、様々なメディアが確立された現在ほどその変化が著しい時代はなかったであろう。しかし、メディアが持っている潜在的な力に気づいている視聴者は驚くほど少なく、情報を鵜呑みにする視聴者も決して少なくない。その潜在的な力は、人間の行動を流行という名の下に、一夜のうちに変化させるものである。マスメディアには人々の言動を変えるだけの力があり、それを説明しているのが社会学習理論である。社会学習理論は「人は他人の振る舞い、態度、そしてその結果得られるものを観察することによって学ぶ。」と説明している（Bandura, 1969）。Banduraによると、人間は社会化の段階で観察することにより他者の行動様式を身につける。そしてこの社会化には二つの側面（文化の伝達、個人的学習）があり、文化の伝達は特定の文化や社会に特有の様々な行動様式が、ある世代から次の世代へと伝えられ受け継がれていくのに対し、個人的学習は個人が自由に行動様式を選び習得していくとする。その際重要なのは、「社会化のエージェント」と呼ばれる要素である。通常この要素は、人への強い影響力を持ち、社会化へ強く導くものだと考えられ、日常的にはマスメディアがその役割を担っているといっても過言ではない。正確にはマスメディアを通して映し出される登場人物の行動がそれである。また社会学習理論では、模倣者が模範となる対象を真似ることにより、何らかの報酬が与えられることが条件となる。日本の文化を考慮した際、他者と同じになることこそが最大の報償となりうるのである。これは反復練習などを必要とせず、単に観察するだけで習得できるのがその特徴である。従って、これを観察学習ということもできるが、見てだけで習得するため、テレビを通して入手する情報に加え、それに伴う登場人物の話し方や振る舞いを身につけることが十分に考えられる。先に述べたとおり、日本人は一人だけ際立つことを嫌うため、他者と違った存在になるよりも、他と同化することによっていわば“安心する”こともあろう。これは身近な他人の振る舞いだ

けに限らずマスメディアで話される語彙や話し方などにも十分適応され、高等教育などで学ぶ国語教育や言語教育以上に強力なものとなる可能性もある。つまり、マスメディアの誤った発音は、英語教育において正確な発音を習得する際の障壁ともなりうるのである。この社会学習理論に基づいて、現在の日本社会に頻繁に見られ、聞かれる日本語の発音に当てはめられたままの英単語が、正確な発音を習得するにあたってどの程度影響を及ぼしているかという疑問を探っていきたい。そのため小論では、日本語として実際にテレビで使われる英単語を一定量の番組から抽出し、それらを英語学習者が英語としてどの位正確に発音できるのかを調べるため、以下のリサーチクエスチョンを提示した。

RQ1: 被験者は与えられた英単語をどの程度正確に発音できるか？

RQ2: 既に日本語の一部として定着している省略されたカタカナ語の原型をどの程度理解しているか？

RQ3: 日本語の中に英単語が多く含まれることをどう感じているか？

調査方法

約3ヶ月に渡り、テレビ、新聞、雑誌に出てくる外来語を拾い出し、合計で992個の英単語を収集した。その中から日本語の発音の特性により、発音しにくいと考えられる英単語をアメリカ滞在歴のある両著者、また英語母国語話者の判断により、本研究に使用するため選択した。なお、本研究に協力した英語母国語話者は二人で、彼らの日本の滞在歴はそれぞれ、20年と15年であり、二人とも大学で英語の授業を担当している。彼らに確認を求めることによって、発音の規則性に従い、抽出した単語を16個のグループに分け（付録I参照）、被験者に各グループの代表的な単語（各グループ筆頭の単語）のみを見せ、発音させた。同時に、集めた単語の中からカタカナ表記をそのまま読んだ発音では英語として通用しないと判断された14個の単語も、先に述べた16のグルー

ブの代表的な単語と並べて発音させた（付録Ⅱ参照）。その後、教師が被験者の発音の間違いを正し、その上で 16 グループに属する全ての単語を被験者に見せ、被験者がそれぞれの規則性を認識し、正確に発音できるかを調査した。したがって、本研究では合計 55 個の英単語を用い、マスメディアで使われる外来語と日本人大学生の発音の近似点を調べた。加えて、上記とは別にマスメディアで使われる単語の中から、省略された形の外来語（例えばワープロ、セレブなど）を集め、省略される前の元来の形を知っているかを調べた（付録Ⅲ参照）。それらの単語を選出する際には、著者に加え、再度同じ英語母国語話者に協力を要請し、カタカナ表記の外来語をそのまま日本語風に発音した単語がどの程度英語として通じないかを確認した。最後に意識調査として、①最も身近な情報媒体、②日本語の中に英単語が多く含まれることに対する態度、③新しく使われ始めたカタカタ語の元来の綴りや意味を気にするか否か、そしてその理由を調べた。

西日本の大学に通う学生（ $N = 50$ 、平均＝19.1 才）と関東地方の大学に通う学生（ $N = 47$ 、平均＝19.8 才）が今調査に加わった。学生たちは調査に協力することにより授業での平常点を加点され、著者の研究室にて発音の調査に個別に参加した。被験者の発音は IC レコーダーにより録音され、彼らはその録音を了承した。被験者は 55 の英単語を英語母国語話者に対して話すかのように発音するように、そして可能な限り日本語風の発音はしないように求められた。

結果

最初に、RQ1「被験者は与えられた英単語をどの程度正確に発音できるか」について調査を行った。表 1 は調査の対象となった 30 個の英単語（付録Ⅱ参照）を、被験者がどのように発音したかをまとめたものである。選出した全ての英単語において、被験者からは誤った発音が出た。その間違いの傾向から、

exhibition 正	1	回答なし	23	career 正	0	回答なし	2
エキシビジョン	23	stadium 正	15	キャリア	72	eyebrow 正	0
エクスヒビジョン	15	スタジアム	40	キャリアー	6	アイブロー	94
エクスハイビジョン	10	スタジアム	20	キャリアー	6	エイボー	1
イクスヒビジョン	9	スタディウム	12	カーラー	3	回答なし	2
エクスハイビジョン	5	ステイジアム	6	他 2 種類	各 1	jewelry 正	19
イグジビジョン	5	ストゥーディウム	2	回答なし	8	ジュエリー	75
エクスヒビジョン	4	他 2 種類	各 1	general 正	83	ジョウリー	1
エキシビジョン	3	image 正	15	ゼネラル	7	回答なし	2
エクスヒビジョン	2	イメージ	64	ジャーナル	3	media 正	3
エクスハビジョン	2	イメイジ	13	ゲネラル	2	メディア	90
エクシジション	2	他 5 種類	各 1	回答なし	2	メーディア	4
エキジビジョン	2	private 正	11	Asia 正	72	thinking 正	7
他 6 種類	各 1	プライベート	52	アジア	20	シンキング	64
回答なし	6	プライベート	26	アージア	2	シンキング	26
major league 正	7	ブリベート	5	エイズィア	2	staff 正	14
メジャーリーグ	62	他 3 種類	各 1	回答なし	1	スタッフ	82
メジャーリーガー	11	Michael 正	4	water 正	33	回答なし	1
メジャーリーガー	3	ミッシュェル	33	ウォーター	58	profile 正	42
メジャーレギュラー	3	マイケル	27	ウェイター	4	プロフィール	55
メジャーリーグ	3	ミッチェル	15	マター	2	simple 正	50
他 6 種類	各 1	ミカエル	12	Canada 正	44	シンプル	47
回答なし	2	ミハエル	3	カナダ	42	mental 正	10
towel 正	15	マイチェル	2	キャナード	9	メンタル	87
トゥエル	44	ミーチャー	1	カナード	2	news 正	22
タオル	14	relaxation 正	4	sweets 正	35	ニュース	75
トエル	13	リラクゼーション	62	スイーツ	55	ticket 正	42
トゥアル	5	リラクジョン	15	スイート	5	チケット	55
他 4 種類	各 1	リラクゼーション	8	他 2 種類	各 1	again 正	7
回答なし	2	他 3 種類	各 1	planetarium 正	1	アゲイン	90
Lindsay 正	5	回答なし	5	プラネタリウム	91	away 正	94
リンドセイ	23	pattern 正	12	他 2 種類	各 1	アウエ	3
リンゼイ	17	パターン	79	回答なし	3		
リンセイ	14	パーテン	2	date 正	70		
ラインドセイ	9	他 3 種類	各 1	データ	8		
ランドセイ	3	回答なし	1	デート	17		
他 3 種類	各 1						

表 1 誤った発音の種類

* “正” は正しい発音、数字は人数。正確なもの以外は日本語風の発音であったため表中もカタカナで記した。

誤りの原因を大きく三つに分類した。第一に借用されてまだ日が浅く世間に浸透していないもの、第二に綴りのローマ字読みと実際の発音にずれがあるもの、第三に誤った発音が定着しているために本来の発音が出来ないものである。

第一の分類に当てはまるのは、exhibition [ˈɛksəbɪʃən]¹, major league [ˈmeɪdʒər li:g], Lindsay [lɪn(d)zi] である。これらは主にマスメディアが広めた単語だといえる。マスメディアで頻繁に繰り返されているものの、世間にはまだ充分には浸透していないと思われる。このうち最も発音が多様に分かれたのが、20 種類の読み方がなされた exhibition である。exhibition は昨今フィギュアスケート関連で頻繁に使用されているため選出したが、この結果が示すのは被験者にとって exhibition がリスト内で最も耳馴染みのない単語であり、また同時に綴りと発音が非常に結びつきにくいということである。被験者が exhibition という語に触れる機会は、通常スポーツの祭典か展示会の告知のいずれかに限定されるからであろう。

さらに、この exhibition を英語学習サイト ALC のオンライン辞書で検索してみたところ、発音をカタカナで補足する欄には「エキジビション・エキシビション・エクスィビジョン・エグジビション」と 4 種類表記されていた。この 4 種類に及ぶカタカナ表記は、日本人がこの語を外来語として借用するにあたって、いかに発音表記に困ったかを表しているようである。著者が被験者の発音で最も多かった「エキシビジョン」という表記を目にしたのは、テレビの字幕であった。しかしながら、リーダーズ英和辞典、ジーニアス英和辞典等の、日本人英語学習者にとって馴染みの辞書には [ɛksəbɪʃ(ə)n] や [ˈɛksəbɪʃən] という発音記号のみが載っており、到底「エキシビジョン」とは読めない。なおインターネットの検索サイト Yahoo! JAPAN の場合、「エキシビション」で検索にかかるのは 384,000 件、「エキシビジョン」では 352,000 件である。これが Yahoo! JAPAN よりも使用者の多い検索サイト Google になると結果は逆転し、「エキシビション」は 411,000 件に対し、「エキシビジョン」は 613,000

件に上る（2007年6月現在）。つまり日本語を使うインターネット使用者に、より浸透しているのは「エキシビジョン」の方だと言える。よって97名の被験者のうち「エキシビジョン」が最も多い当調査の数値は、社会の縮図であることを裏付ける結果であると言えるだろう。非標準的な「エキシビジョン」浸透の一端を、時に誤って「エキシビジョン」と表記し発音していたマスメディアが担っている可能性は否定できない²。

major league は今やスポーツ番組で毎晩取り上げられる話題であるが、それにも関わらず11種類の誤った発音が確認された。元来 major の発音が「メジャー」（これでは measure [méʒə(r)] に近い発音である）に聞こえる点に注目したのであるが、著者の予想通り被験者の多くは major を「メジャー」と発音しながらも、league の読み方にはばらつきが出た。また Lindsay は9種類の発音に分かれた。これは被験者の半数以上が、この名前のイギリス人女性講師殺害の報道をあまり知らなかったことから生じた結果だと考えられるのだが、本研究はその事件の被害者の名前が一般的な Lindsay [lɪn(d)zi] ではなく「リンゼイ」[lɪnzèi] と呼ばれていたことに違和感がありリストに加えていたため、当初予想していた結果とは違っていた。それでもやはりマスメディアが報道していた通りに「リンゼイ」と発音する被験者が最も多かった。また逆に、より一般的な [lɪn(d)zi] という発音が出来た被験者は、アメリカ女優であり歌手の Lindsay Lohan を知っているからだと説明した。いずれにしろ、マスメディア発信の発音に依拠している点では共通していた。

第二の分類に当てはまるのは、towel [táʊəl]、Michael [máikl]、eyebrow [áibrəʊ]、again [əʒén]、planetarium [plænətéəriəm] である。towel がタオルであると理解していない被験者は、知らないなりに発音しようとして苦労した跡が窺える。一方でタオルだと知っている被験者は、カタカナ発音で「タオル」と発音した。Michael はカタカナ表記でいうところの「ケル」の部分が本来の英語の発音と異なるため選出した語であるが、むしろ“chael”の部分

の読み方が特殊である為、ローマ字風に「ミカエル」と発音する被験者が多数いた。一人として正しい発音が出来なかった eyebrow については、男性被験者は探りながらローマ字読みをしている様子であったが、女性被験者は自信をもって「アイブロー」と読んだ。彼女たちが購入する眉墨の商品名は、ほぼ全て「アイブロー・ペンシル」と表記されているからであると考えられる。また again を「アゲイン」、planetarium を音節ごとに探りながら「プラネタリウム」と発音した被験者が多かったことも、ローマ字読みの結果だと考えられる。ただし、発音間違いである「プラネタリウム」が定着してきていることは、最初は不安げに読み始めた被験者が、途中から自信を持ってそう読み終えたことから窺い知れた。

第三の分類と考えられるのが、stadium [stéidiəm], pattern [pæ̀tə(r)n], career [kə̀riə(r)], sweets [swí:ts], water [wə:tər], Canada [kæ̀nədə], date [déit], jewelry [dʒú:əlri], news [n(j)ú:z], profile [próufàil], mental [méntl], media [mí:diə], ticket [tíkət], relaxation [ri:læ̀kséiʃən], private [praívət], image [ímidʒ] である。これらは誤った読み方あるいは表記でカタカナ語として定着しており、今から日本人の認識を改めるのは少々厄介かもしれない。一人も正しい発音が出来なかった career に顕著であるように、比較的新しく借用された語ですら、既に誤った形で定着していることが分かる。被験者の一人は「高校時代の英語の先生がキャリアと発音していたので全く疑わなかった」と明言した。また、前述の通り planetarium の接尾辞を被験者の 90 パーセント以上が「ウム」と間違えたのに対し、stadium は 80 パーセント以上が「アム」と正しく発音した。これは「スタジアム」というカタカナ語が浸透しているからである。そして皮肉なことに、覚えている発音に則って [di] を [dʒi] と間違えるという結果が得られた。一方で、radio の [di] を [dʒi] と間違える者はほとんどいなかった。それは被験者たちが radio の正しい発音を、英語教育の初期段階で習得したからであろう。

また relaxation の発音の分布を見ると、[s] を [z] に変えて発音した被験者が圧倒的に多いことが分かる。これもカタカナ表記で「リラクゼーション」が定着しているからであろう。water, jewelry, thinking [θɪŋkiŋ] については、特に英語らしい子音の発音を被験者に求めた為、及第点を超えるのは難しかったと思われる。第三の要因に分類した語に関しては、ほとんどの被験者が既に定着しているカタカナ語の影響を受けていた。このように、RQ1 の為に出した 30 個の英単語を被験者が正確に発音出来ない理由は、その特性から三種類に分かれる結果となった。

次に、発音の特性により 16 のグループに分けられた単語の代表的なものとそれらに属さない単語 14 個、計 30 単語が著者により矯正されると、どの程度上達するかを調べた。矯正前は、単独で発音した場合、英語母国語話者に通じないであろうと判断された被験者の割合が 7 割を超える単語が 20 個であった(表 2 参照)。この判断は主に二人の著者が行ったが、後に英語母国語話者に協力を依頼し、任意に抽出された音声を確認した上で同意されたものである。先に述べた通り、誤った発音をした単語の多くは、マスメディアで聞くのと似通って発音されていたのだが、著者の指導により顕著に改善されたものもあれば、何度と無く指導されても改善が見られない単語もあった。private, stadium,

image	83%→ 12%	eyebrow	100%→ 12%
private	85%→ 01%	staff	85%→ 12%
stadium	80%→ 03%	exhibition	97%→ 19%
planetarium	98%→ 26%	jewelry	72%→ 16%
pattern	81%→ 05%	news	76%→ 01%
thinking	77%→ 27%	towel	85%→ 08%
major league	85%→ 01%	relaxation	87%→ 13%
Michael	95%→ 13%	again	91%→ 07%
mental	84%→ 13%	Lindsay	94%→ 03%
media	93%→ 05%	career	97%→ 12%

表 2 正確な発音をできなかった被験者の割合と矯正後の移り変わり

Lindsay のようにわずかな指導で劇的に上達した発音があった一方、planetary や thinking、exhibition といった単語は日本語にその音が無いため発音しづらい、または全く初めて発音を試み、かつ音節が長いと要領がつかめないという理由から、他の単語と比べて上達が見られず、2 割から 3 割の被験者は正確な発音ができなかった。こうした結果を基に、RQ1「被験者は与えられた単語をどの程度正確に発音できるか？」に対する答えは以下のようになる。まず、マスメディアで使われている発音では、英語母国語話者に通じない単語が多い。しかしながら、被験者は英単語を発音しようとする際、まず始めに類推する発音はマスメディアや自分の周りで当然のように行われている発音に限りなく近い形となる。ただし、ほんのわずかな矯正をすることによって正確な発音をできるようになる。しかし、中には日本語の発音とかけ離れた音を要する単語は正確に発音することができない者もいる。

次に、RQ2 を探る為、省略された形で日本語に定着し、その元来の形はほとんど使われていないカタカナ語について原語をどの程度認識しているかを調べた（表 3 参照）。その結果、予想に反して被験者は原語を理解した上でこれらの単語を使っていた。たとえ省略された形しか知らなくとも、彼らの中で意味上の認識の誤りはあまりないようであった。中でもセクハラやエンタメ、カーナビといった比較的新しい単語については、原語を知っている被験者が多かった。それは借用の初期段階で、省略されることなく完全な形で発音され表記されていたのを、被験者は最近まで実際に耳で聞いていたからだと思われる。しかしながらミシンやデパートといった古くからあるカタカナ語は正答率が他と比べ低く、特に意味や成り立ちなどには注意を払うことなく完全に日本語として定着している感がある。興味深いことに、ギャラに関しては、ほぼ全ての被験者がその意味（テレビなどの出演料）を知っていたにもかかわらず、その省略前の単語は被験者の 3 割しか知らなかった。この単語は圧倒的にメディアの中だけでしか使われない単語であり、日常生活で使うことはないにも関わらず、

カーナビ (car navigation system)	97%	テレビ (television)	77%
パソコン (personal computer)	95%	セレブ (celebrity)	53%
キャラ (character)	93%	エアコン (air conditioner)	50%
セクハラ (sexual harassment)	91%	スペル (spelling)	49%
プレゼン (presentation)	85%	ワープロ (word processor)	42%
エンタメ (entertainment)	83%	デパート (department store)	34%
コンビニ (convenience store)	78%	ギャラ (guarantee)	30%
マスコミ (mass communication)	78%	ミシン (sewing machine)	7%

表3 省略されたカタカナ語の元の形を答えられた被験者の割合

その存在は誰もが認識している。しかしそこから guarantee という英語は類推されなかった。これは出演者が使う言葉が一般の視聴者にいかに影響を与えているかを示す好例であり、メディアの言葉を視聴者が無意識のうちにどれだけ浴びているかを象徴しているようにも思われる。また「セレブ」(celebrity「有名人、著名人」)に関しては、本研究の単語収集の段階で相当頻繁に聞かれた単語であるが、同時に意味を問うたところ、ほぼ全員が「金持ち、上流階級」と答えた。実際にマスメディア上で「セレブ」が使われる際は単なる有名人ではなく(テレビなどに出るのは通常有名人であり、且つそれなりに裕福だと考えられるのであるが)その中でも特に富裕層だと描写される。しかし今では「金持ち、上流階級」を表す語としての使用がマスメディアの間で定着しており、視聴者の中には誤った認識の者が多いようである。テレビの中で聞く頻度と日常生活で出会う人々との会話を比べると、一般人が富裕層について会話をするというよりは、テレビで見る有名人(芸能人)の方がより多くこの単語を使っているだろう。このことから、「セレブ」もテレビ先行で使われた単語と考えられる。

同じことが「エンタメ」にも言えるであろう。entertainment は多くの場合、メディアで言うところのバラエティ番組と同義語として使われたり、娯楽情報をテレビで紹介したりする際に用いられる語であるが、普段の生活でこの単語を使うことはあまりない。この英語は、視聴者が先に省略したのかメディアが

先なのかは定かではないが、番組名や番組の中で「エンタメ」や「エンタ」などとして広く使用されており、恐らくはそこから更にこの単語の認知度は上がったと推測される。「キャラ」（character）も同じであろう。「プレゼン」、「カーナビ」などはメディアで主に取り上げられる用語ではないため、メディアと一般大衆のどちらが先に言い始めたかを立証するのは困難である。しかし日々増え続ける新しいカタカナ語の導入と浸透に、マスメディアが大きな役割を担っていることは疑う余地はないであろう。

最後に、RQ3を通して日本語の中に英単語が多く含まれることに対する態度を探った。その結果、33%を超える被験者が、英単語が日本語の中に含まれることに対して肯定的な考えを持っていることが分かった。その利点は「日本語よりも英語のほうが気持ちを伝えやすいような気がする」や、「すでに日本語の中に入り込み日常的に使っているから」、また「国際化、グローバル化に必要」といったものだった。逆に否定的な態度を示した被験者は全体の23%だった。その理由は、「日本語風の発音が外国で使えないから」が支配的だったが、「日本文化が外国文化に隠れてしまう」という意見も見られた。また、そのどちらでもない態度を示したのは全体の約20%であった。彼らは、先に述べたようなどちらの利点も欠点も踏まえた上で、態度を決めかねているようだった。最後にその良し悪しを考えたことすらない被験者が残りの23%だった。つまりこの項目に関しては突出した意見はなく、賛成意見が辛うじて他の意見よりも上回った。別の見方をすると、英語が日本語の中に含まれることに嫌悪感を示すのは全体の2割しかおらず、英語が日本語の中に組み込まれることには、ほとんど抵抗のない世代であることが分かる。しかしその一方で、賛成・反対を問わず、日本語で使われる英単語は、発音が日本語風のため実際に英語で話そうとしても使えないことを、被験者は十分に認識していた。一方、新しく使われ始めたカタカナ語の元来の綴りや意味を気にするか、の問いには3分の2の被験者が「気にする」と回答した。これらの結果は、日本人は新し

い英単語を受け入れることに寛容であるが、やみくもに受け入れるのではなく、本来の語の綴りや意味を正しく理解したがつていることを意味する。そしてほぼ全ての被験者が、可能な限り元の発音に近い形で発音したほうが現実的であり、英語学習の上でも無駄がなくなると考えていた。

考察

今回の調査を通して、マスメディアで使われる誤った発音のカタカナ語が、英語学習者の正しい発音習得の障壁となっていることが明らかになった。この章では、マスメディアの発音と被験者の発音の関係性について更なる分析を試みたい。まず始めに、RQ1「被験者は与えられた英単語をどの程度正確に発音できるか」によって、興味深い結果を得られた幾つかの英単語について考察する。exhibition はオンライン辞書やその他の辞書に見られるように、複数のカタカナ表記が存在し、これは辞書の出版社が一方的に掲載しているのではなく、通常使用されていることを前提に併記しているものであろう。つまり、いかに浸透度が低いかを示すと同時に、統一されていないかを示している。この単語がテレビで使われる際は、多くの場合エキシビションと発音されているようだが、聞き手には完全に発音と文字が一致していないのであろう。事実、NHK のホームページにもエキシビションとエキジビション、さらにエキシジョンも出てくる。おそらく各記者の判断で書かれたものであり、同じ組織の中でも統一が図れていないことの表れとも言えよう。もし、英語学習者がこうしたメディアで使われる言葉を外国語習得の一手段として利用しているのであれば、監査組織を早急に整える必要があるだろう。

また Lindsay は、調査を行っていた時期に繰り返し報道されていたイギリス人英会話講師の名前であるが、事件の概要を説明しても、知らないと答えた被験者がかなりいた。この名を初めて目にした被験者は、持っている知識を集約して Lindsay の say の部分を「セイ」と読み、結果「リンドセイ」「リンセ

イ」「ラインドセイ」「ランドセイ」等々発音している。一方で「リンゼイ」と報道どおりに発音した17名に確認をすると、大部分はマスメディアを通して聞き覚えたことが分かった。彼らはマスメディアからの情報を耳にし、発音はマスメディアの発音をモデルとしていたのである。もし、より多くの被験者がこの名前を見て、報道されていたイギリス人女性講師だと認識していたならば、この単語を見て「リンゼイ」と発音する者は更に多くなっていたと考えられる。こうした結果を見るに、Banduraの社会学習理論が説明するところの、人々の「模範」となりうる自らの強い力をマスメディアは再認識し、言語を洗練するフィルターとしての役割を責任をもって果たす必要があると思われるのである³。

また、major leagueも興味深い結果を生んだ単語である。leagueを読めない被験者が多くいたのは、「メジャー」という形容詞一言で大リーグを表す言い回しをスポーツニュースでしばしば耳にするからであろう。したがって、それに慣れた被験者はその続きを推測するのが難しかったと思われる。一方「メジャーリーガー」という答えには、綴りは知らなくとも耳馴染みの単語を思い出し、続きを類推しようとした跡が窺える。つまり、我々日本人は知らない英単語に出くわした時、どこかで聞いたことのある言葉と結び付けようと試みるのである。その際、マスメディアを通して聞き覚えた単語が脳裏に浮かぶのは当然のことであり、マスメディアが英語学習者に与える影響は図り知れない。海の向こうで活躍する日本人選手がこれだけ注目されているのであるから、彼らがマスメディアに露出する頻度も自ずと高くなり、メジャーという表現が視聴者の記憶に残る度合いはそれに比例して高くなる。例えば、メジャーという発音を少なくとも「メイジャー」と発音するだけで、英語学習者に与える影響は違ったものとなるではないかと、著者は期待せずにはいられないのである。

また今回興味深い結果が得られたのがplanetariumとstadiumである。被験者は「プラネタリウム」と発音しておきながら、一方では「スタジアム」と発音したが、この語尾は共通して“-um”なのであり、英語ではどちらも[əʊm]

と発音される。スタジアムに関しては先に述べた通り、[di] の部分は問題ではあるが、語尾に関してはかなり原語に近い「アム」という発音となっているにも関わらず、「プラネタリウム」を始め、-um で終わる単語（ここでは仲間として symposium、calcium を挙げた）は、ほぼ間違いなく「ウム」と誤って発音されたのである。この法則があるが故、今後も-um の語尾を持つ単語は並べて「ウム」と発音されることが予想される。明らかにこれは綴りが先行してそう発音されているのであろうが、このように誤った法則にとらわれることなく、発音に忠実に日本語の中に取り入れられたならば、日本人の英語はより原語に近く、使えるものになるであろう。日本語の中に取り込まれ、既に浸透してしまった言葉を覆すのは簡単ではないかもしれない。しかし一部の報道番組では「チーム」を「ティーム」と発音するなど、現代に合わせたカタカナ語の修正が始まっているようである。もちろんメディアにすべての責任を負わせるのではなく、教育の場で英語の発音における共通性を教授し、本来の正しい発音に導きながら、英語学習者の意識を促すことが望ましい。

“-um” のように発音に規則性があり教育による改善が期待できるものに加えて、既に認知されているカタカナ語を利用することで正しい発音に導きやすい単語として relaxation が挙げられる。おそらく被験者はカタカナ語として定着している relax「リラックス」という言葉を知っていると思われる。relax の名詞形である relaxation は、そのまま読めば無声音の「リラクセーション」になるはずである。それがなぜ有声音化し「リラクゼーション」という表記になったのかは不明だが、看板、雑誌、無料クーポン情報誌に至るまで「リラクゼーション」という表記が大半を占めている。したがって、被験者たちは日常的に「リラクゼーション」という表記の刷り込みを受けていることになる。彼らの多くは今回おそらく初めて relaxation という英単語の綴りを目にし、“-ation” という接尾辞の発音にのみ留意して「リラクゼーション」と発音したと考えられる。これは一旦 relax という原生語に戻して指導することで、周

知のカタカナ語を利用して正しい発音を理解させることが可能である。

同じように、既に認知されているカタカナ語「ファイル」が組み込まれた profile については、「プロフィール」と読む被験者が多いのではないかと著者は考えていたのだが、予想を上回る数が正確な発音をした。これは一つには、綴りに含まれる file が「ファイル」として定着しているため、被験者が周知の file と照合しながら発音した結果であろうと思われる。また同時に、長らく使用されてきた簡単な人物紹介としての「プロフィール」とは別に、犯罪捜査の場面で用いられる「プロファイル」という言葉が、徐々に若い世代に浸透してきていることも影響していると思われる。このように、一度覚えてしまったカタカナ語を、新しい概念や言葉が覆すこともある。日本人にはそれを受け入れる柔軟さがあるのだから、マスメディアは積極的に、より本来の発音に近い、使えるカタカナ英語を取り入れていく方がよい。「チーム」から「ティーム」への変更のように、こうした傾向は国民に正しい英語の発音を伝えるという意味で歓迎すべきだと考える。こうした取り組みは、導入された時代を反映し現代では不自然な感のあるカタカナ英語も、今後メディアの力で変えていくことが十分に可能であることを示唆する。それを補う場として、教育現場でも英語の規則性を指導し、学生の語彙力を伸ばしていくことが期待される。

次に、省略した形で日本語の中に取り込まれたカタカナ語とその認知度を探った結果、当初想像した以上に被験者の知識は深かった。特にエンタメ、セクハラ、カーナビといった新しい単語はその認知度は高く、カーナビに至っては97%が car navigation の略語だと認識していた。しかしながら厳密に言えば system が付き、状況にもよるが、省略するとしたら car の方かもしれない。エンタメは場合によってはエンタと略され、多くのテレビ番組で使用されている。また、セクハラに関してはやはり高い正答率（91%）を示しているが、これらに共通して言えるのは、使われ始めるようになってまだ日が浅いということである。カーナビゲーションシステムが開発されて30年も経っておらず

(坂井、2003)、広く一般化されてからはまだ10年少々といったところだろう。セクハラにしても、数年前まではテレビや雑誌で文字によって使用される際、セクハラ（セクシャルハラスメント）と括弧つきで示されており、口頭であっても、「セクハラ・セクシャルハラスメント」とわざわざ繰り返されていた。しばらくは「性的嫌がらせ」とも呼ばれていたこの行為は、「性的嫌がらせ」とは最近ではほとんど呼ばれなくなったようだ。これは1970年代にフェミニズム運動の中で生まれ、1980-90年代に日本に輸入された（水谷、2001）概念であり、もともと日本になかった概念ということで言葉も同時に輸入されたようであるが、日本語に言い換えることもできるにもかかわらず「セクハラ」が定着した。性的嫌がらせよりもセクシャルハラスメントよりも4音節のセクハラが使いやすいという理由から、これまでの日本語に見られる省略語と同じ変化を見せている。ただ、新しい言葉ということで、ニュースなどで使用する際「セクハラ・セクシャルハラスメント」と並列していたことが、原語の高い認知度として現れたようである。同じことがカーナビにも言える。ただ、もしアナウンサーが「セクシャル」ではなく「セクシュアル」と発音していたなら、より正確な発音が世間に浸透したかもしれない。

そうしたことは、原語の認知度が低い単語を見ても分かる。ミシンやデパートは日本語として使われるようになって久しい。これを改めてセクハラの場合のように原語と並列することはしないため、次第に原型を気にすることもなくなるのも当然である。ミシンに関しては、sewing machineの最後の部分がなまったものであるが、その語源は今や気にされることはほとんどない。つまり、余りにも日常的に使われるようになると、その単語は使用者たちの共通理解の段階まで来る。しかし、その段階にたどり着くまでは略される前の説明が必要となる。そうした過程を経る中で、発音も次第に日本語に適したものとなると考えられる。この段階までくると、ミシンという物体を指してカタカナ語だからと英語で会話をする際、そのままでは使うことはできなくなる。セクハラ、

カーナビにしても、今はその原語を多くの日本人が認知しているとしても、この先、新しい世代が原語をほとんど知らなくなる可能性もないわけではない。まして、それが誤った発音で、または日本語で使用しやすいように使うのであれば、英語学習者は改めてその単語を覚え直さなくてはならなくなる。被験者の多くが「セレブ」を裕福な上流階級の人々と捉えていたあたりも、マスメディアで誤った情報を流し続けている結果である。

こうした状況を考えると、RQ3 で被験者が答えた中で、「国際化、グローバル化には英語が必要」という理由で、日本語の中に英語が多く含まれることに賛成する態度は矛盾してくる。確かに、セクハラやプレゼンなどの日本ではそれまで重要視していなかった行動が日本に紹介されて、新しい文化と共に原語が流入する現象は止めようもないが、その流入の際にマスメディアが担う役割の大きさは十二分に理解されていない。Bandura の社会学習理論が説明するとおり、視聴者はマスメディアの情報を浴び、その行動や言葉を真似、それを模範として行動しているのである。語彙や発音が広く浸透するのに時間はかからず、変化は急激である。マスメディアに登場する人物の語彙の選択は、たとえば一時的な過ちであってもそこから広がる可能性を秘めている。しかし、逆の見方をすると、マスメディアが正しい発音をすることで、学習者が期待する「国際化、グローバル化に英語は必要」という考えに即す上、覚え直しの手間が省けるのである。また、同じ質問に対して反対意見を持った被験者の代表的な意見で、「日本語風の発音が外国で使えない」という不満を解消することにもつながる。つまり、最初から正確な発音を導入するということには、手間が省けるという一言では言い表せないほどの大きな効果が期待される。そのためには、マスメディアに露出する人々が、自分たちが無意識のうちに持っている視聴者の行動を変えるだけの力を認識し、可能な範囲で正しい発音をすることを心がける必要がある。

加えて、今回の調査のための単語を採集した際にサンプルとしては漏れてし

まったが、調査後にマスメディアで使われていたものに simulation がある。これをアナウンサーがシュミレーションと発音しているのが、複数回観察された。日本語の発音と照らし合わせると、シミュレーションと発音するよりも易しいのか、誤った発音をよく耳にする。また、featuring を「フューチャリング」と発音し、おそらく future と混同しているらしいのも気にかかる。さらには 2 倍の意味で W を頻繁に用いているようだが、これは明らかに double と混同している。こうした英単語の誤使用が横行しているのに、被験者の多くが「国際化のために英単語使用が必要」と思い、流れてくるカタカナ英語に疑いを抱かないのは残念である。現在の日本は、マスメディアで使用する言語をチェックする機能を迅速に整える必要があろう。現状を見るに、NHK、民放を問わず、彼らが原語に対して敏感であるとはあまり考えられない。本研究でも調査の途中で矯正を入れることで、被験者の発音は飛躍的に向上することが証明された。つまり、マスメディアにおいて、言語により近い発音を実践することで、日本人の英語の発音は更に良くなるはずである。未来のマスメディア関係者たちが、自ら気づいて発音の矯正が出来るような鋭敏な語感を、英語を学ぶ学生の中に育むのも必要であろう。

また、被験者の意見の中に見られた、「日本文化が外国文化に隠れてしまう」という考えも真摯に受け止めるべきであろう。横文字であれば何でもかっよく見えるというわけではなく、日本文化と他文化との共存も同時に考えなくてはならない。安倍政権時代に「美しい国日本」というスローガンが掲げられていたが、言葉を大切にすることは文化を重んじるものの一つであり、無理に愛国心を促すよりも大切なことではなかろうか。

今後の研究課題

今研究では、マスメディアに登場した英単語だけに焦点を当てたが、調査時期にマスメディアに出なかった英単語は無数にある。また、誤った発音がマス

メディアの責任かということ、必ずしもそうとは限らない。一般的に使用されるようになって、その後マスメディアで使われただけなのかもしれない。したがって、単語の採集の際に行った過程にはかなりの改善点があるだろう。調査の資料として使う英単語が、純粹にマスメディアによって定められた発音と立証できない限り、二者の強力な因果関係は見出せないだろう。また、調査方法も量的調査を用い、その相関関係を調べれば、また新たな角度からの統計分析が可能である。実際、本研究では「最も身近に使用する情報媒体」を聞いて、発音の良し悪しとの相関関係を調べたのだが、発音の良し悪しは二種類にしか分けられず、また媒体に関しては圧倒的にテレビが多かったからか、望ましい分析結果は出なかった。本研究は質的調査に主眼を置いていたため、一応の目的は達成した。しかし今後、量的調査を加えた分析は、言語の発展におけるマスメディアの役割と英語学習者への影響力について議論を深めるだろう。

また、日本語と英語の特徴を考えた場合、日本語で発音できる限界があるはずだが、その線引きがどこであるのかは個人差がある。マスメディアで使われる英語は英語学習者にとっては邪魔になることもあるかもしれないが、特に英語を学ぶ必要性がない一般の人々にとっては、発音は安易な方がいい。そうした人々の意識を、我々研究者が変えることは難しいかもしれないが、こうした研究結果が示唆する、マスメディアと外来語の抱える問題点と可能性が少しでも意識されるよう願っている。最後に、外来語の問題を指摘していながら、本研究ではマスメディアを適切な日本語に置き換えられなかったのが皮肉である。

注

¹ なお、本論中の発音記号はジーニアス英和辞典第3版によるものである。

² 広告業界関係者によると、その分野で重宝されるような専門的な英語辞典は特になく、英単語を調べる際にはジーニアスを使用している者が多いとのことであった。つまりマ

メディアに携わる人々も、一般の英語学習者と同じ辞書を用いているということになる。ただ広告業界においては造語も多用しているので、敢えて明らかに間違った使い方をする場合も多いそうである。最終的には顧客側広報部の規則に準ずるか、英語母国語話者の確認を取るとの話であった。

しかしテレビ局関係者によれば、系列テレビ局の用語手引きや、NHK 出版の言葉のアクセント辞典があり、アナウンサーは統一された正しい発音を随時確認出来るようになっているという。それに関わらず、テレビにおいて誤った字幕や発音が繰り返されるのは憂慮すべき問題であり、改めてマスメディアに関わる人々が自らの影響力とその結果を鑑みる必要があると思われるのである。

³ Ms. Lindsay Ann Hawker の「リンゼイ」という呼称について、メディア関係者によると、被害者氏名は警察発表に従い報道するという。警察が被害者の勤務先に身元を照合する場合、氏名は本人が履歴書に記したカタカナ表記通りに報道関係者に発表される。しかし今回の場合、被害者はイギリス人であり、しかも勤務先が英会話学校であるため、彼女の提出した履歴書は英語で書かれていた可能性がある。この英会話学校の特徴として、英語母国語話者であれば日本語会話能力を問わず採用するとの情報がある。従って Ms. Hawker は十分な日本語識字能力を有していなかった可能性もある。その場合は、英会話学校のスタッフが本人の発音を元に「リンゼイ」とカタカナで表記することになるであろう。いずれにしろ、本人による申告、あるいは本人による発音が「リンゼイ」という表記に結びついた可能性は高い。

この発音はイギリス英語の発音の多様性と関連がある。イギリスの標準発音で RP (Received Pronunciation) と呼ばれる、いわゆる「イギリス容認発音」の話者は人口のわずか 3 % であるが、RP の場合 Lindsay は「リンゼイ」に近い発音となる。このことは、著者が実際イギリス人に発音してもらって確認をした。また現在イギリスの若い世代の間では、イングランド南部訛りの特徴が色濃く残る、無階層方言の「河口域英語」が広まっている。この方言では、[i:]が[ei][oi]に変わるという特性があるため、Ms. Lindsay 本人の発音が日本人の耳には「リンゼイ」と聞こえた可能性は高いと思われる。

参考文献

- 坂井丈泰（2003）『GPS 技術入門』 東京：東京電機大学出版局。
- 白鳥元雄・高桑康雄（1999）『メディアと教育』 東京：放送大学教育振興会。
- 柴田武、他（1976）『日本語と国語学』 大野晋・柴田武（編）東京：岩波講座日本語 1。
- 浜口恵俊（1988）『日本らしさの再発見』 東京：講談社。
- 水谷英夫（2001）『セクシュアル・ハラスメントの実態と法理』 東京：信山社。
- Bandura, A. (1977). Social Learning Theory. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Riley, P. A. (1997). Standard English and Received Pronunciation. *Oibirin Studies in English Language and Literature*. (37). 255-269.
- Webster, J. G. (1989). Assessing Exposure to the New Media. In J. L. Salvaggio & J. Bryant (Eds), *Media Use in the Information Age*. 3-19.
- Wolferen, K. v. (2002). 『ウォルフレン教授のやさしい日本経済』 東京：ダイヤモンド社。

付録 I

発音の特性により分けられた 16 のグループ

グループ 1

image, damage, advance

グループ 2

private, delicate, chocolate

グループ 3

stadium, radio

グループ 4

ticket, tip, tour

グループ 5

planetarium, symposium, calcium

グループ 6

away, highway

グループ 7

Asia, mania

グループ 8

date, roommate, motivation

グループ 9

pattern, modern

グループ 10

water, sweater, little

グループ 11

simple, severe, sip

グループ 12

Canada, category, camera

グループ 13

thinking, thanks

グループ 14

major league, lady

グループ 15

Michael, channel, tunnel

グループ 16

mental, physical

付録Ⅱ

発音の特性により分けられたグループの代表的な 16 単語とグループに属しない単語

- | | | | |
|----------------|------------------|----------------|----------------|
| 1. image | 9. pattern | 17. media | 25. sweets |
| 2. private | 10. water | 18. general | 26. relaxation |
| 3. stadium | 11. simple | 19. eyebrow | 27. again |
| 4. ticket | 12. Canada | 20. staff | 28. profile |
| 5. planetarium | 13. thinking | 21. exhibition | 29. Lindsay |
| 6. away | 14. major league | 22. jewelry | 30. career |
| 7. Asia | 15. Michael | 23. news | |
| 8. date | 16. mental | 24. towel | |

付録Ⅲ

日本語として定着した省略された外来語

- | | | |
|---------|----------|----------|
| 1. パソコン | 7. ギャラ | 13. ミシン |
| 2. カーナビ | 8. セクハラ | 14. エアコン |
| 3. コンビニ | 9. セレブ | 15. マスコミ |
| 4. プレゼン | 10. テレビ | 16. スペル |
| 5. ワープロ | 11. エンタメ | |
| 6. キャラ | 12. デパート | |