

学生アンケートから見た日常生活における諺の活用

永野 貴子

I. はじめに

戦後、わが国では急激にあらゆる価値観が180度の転換を余儀なくされ、高度経済成長に伴うボーダレス社会の出現とIT革命が、グローバル化の名の下に異文化受容を加速させた。当然のこととして生活様式は大きく変化し、筆からペンへ、ペンからキーボードへ、キーボードからタッチパネルへと言語表記の道具さえも当初の形態からはかけ離れた物となってしまった。テレビ、新聞、雑誌、街角の掲示物に到るまで何とカタカナ用語の多いことか。それらの殆どが英語を中心とする外来語であり、日常生活のあらゆる場面の隅々にまで浸透している。しかもそれぞれの単語に「○○○な」というように、「な」という助詞がくっついて新日本語のようになってしまっている。これは日本語というより、やはり擬似日本語というべきであろう。

あるテレビの討論番組を視ていたら、助詞以外は全てカタカナかと思うほどやたら外来語を連ねて得意げに話す論者が眼に映った。何を伝えたいのかさっぱりわからない。漢字と平仮名で話せば、もっと視聴者に訴えることができるであろうに…と失笑してしまった。

一方、ボーダレス社会は私達の生活圏で多くの外国人との共生を展開しているのも事実である。ところが、彼等と親密に接していけばいくほど、擬似日本語は通じず、むしろ彼等が求めているのは、正しい日本語での表現はどう言うのかであり、それが伝えられなければ信頼関係は深まらないといっても過言ではないのである。

さて、お互いの母国語を正しく伝え合いながら距離を縮め、理解を深め合おうとするとつい慣用句の引用法という壁にぶち当たる。その代表的なものが、会話中に登場する「諺」の引用である。

親しく付き合って十年近くになる友人（彼女は英語の教員であり、母国語の中国語はもとより、かなり流暢な日本語で日常生活を送っている）と一緒に丸一日、京都の町を散策した。天気も良く会話も弾む中、どちらの道を行こうかと迷った時に出た一言。「急がば回れ、大きい方の道を行こう」ここまではまだ問題はなかった。その後もう一言。「みんなこっちに歩いて行くから、金魚の糞だね」ここで問題発生。彼女が「金魚の糞って何」との質問。さてさてこれを解説せねばならない。金魚と糞の関係と、大勢の人間の流れにくっついて行くという動作との相関関係の説明は当然のことながら、彼女の国ではこれと似たような表現はないのかあるのかという所まで話が進む。また彼女から「この表現は、日本人なら誰もが日常的に使っているのか」という問い。（卑近な表現故、誰でもとは言えない）

はたして、擬似日本語が増えた分、長い年月をかけて培われた美しい日本語、正しい日本語、そして生活の中に根付き使われてきた「諺」などが次第にその存在を危うくしつつあるのではなかろうかという不安感に襲われた。そこで今回、タッチパネルを容易に駆使しカタカナ用語の渦の最中に平然と生活している若者に問うてみることとなった。彼等の日常生活における諺の活用や如何にと。

Ⅱ. アンケートの概要

＜目的＞

大学生（18～20歳位まで）の身近な言語等に関する日常生活の属性から、お金と時間に関する諺の認知度を計ることを第一の目的とし、更にそれぞれの諺を人間関係構築の一つの道具として活用する可能性の可否について調べることを第二の目的とする。

＜アンケート対象人数と属性＞

アンケート対象人数：本学両学部全学科297名
（2011年度現在では、3回生、4回生）

2009年12月実施

属性：1. にて年齢を問うたが、年齢にはほとんど相関関係が見られなかったので、集計の項目から削除した。よって、2～10を属性として考察することとした。

日常生活において

2. 新聞を読む
3. 本を読む
4. 手紙や葉書を書く
5. 年賀状の手段
6. 携帯メールを打つ
7. 日本語を大切にしたい
8. 外国人とのコミュニケーションを図りたい
9. 時間を大切にしたい
10. お金を大切にしたい

＜時間とお金に関する諺＞

- A「朝起きは三文の徳」
- B「悪銭は身につかず」
- C「一銭を笑うものは一銭に泣く」
- D「いつまでもあると思うな親と金」
- E「金に糸目は付けぬ」
- F「金は天下の回りもの」
- G「光陰矢のごとし」
- H「時は金なり」
- I「金の切れ目が縁の切れ目」
- J「急いては事をし損じる」

＜分析方法＞

2から10までの属性をそれぞれ4段階（全36）に分け、AからJについてはそれぞれ5問を設定し、2から10の36の属性がA～Jをどのように認知または活用したいと答えるかを計測し、日常生活と認知度、日常生活と活用希望を分析する。

Ⅲ. 属性に関するアンケート結果

（単位は名）

まず、属性となる学生の日常を問うた結果が以下の集計であり、それをグラフで示すと下の表－1となる。

2. 新聞を読む

- ①毎日読む－38 ②時々読む－117
③あまり読まない－73 ④全く読まない－69

3. 本を読む

- ①毎日読む－32 ②時々読む－157
③あまり読まない－82 ④全く読まない－26

4. 手紙や葉書を書く

- ①よく書く－6 ②時々書く－43
③あまり書かない－117 ④全く書かない－131

5. 年賀状をどのような方法で送るか

- ①年賀葉書－116 ②携帯メール－130
③P Cメール－4 ④送らない－47

6. 携帯メールを打つ

- ①常に打つ－168 ②時々打つ－109
③あまり打たない－19 ④全く打たない－1

7. 日本語を大切にしたい

- ①とても思う－99 ②時々思う－134
③あまり思わない－57 ④全く思わない－7

8. 外国人とのコミュニケーションを図りたい

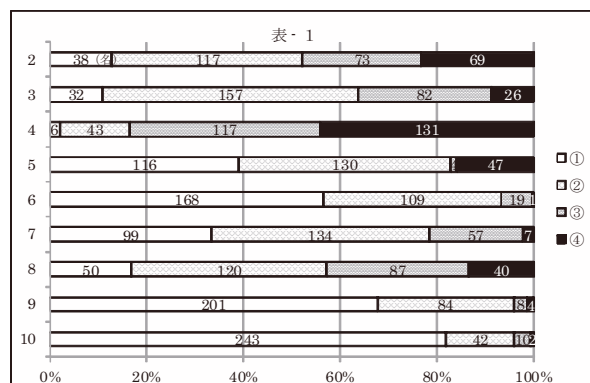
- ①とても思う－50 ②時々思う－120
③あまり思わない－87 ④全く思わない－40

9. 時間を大切にしたい

- ①とても思う－201 ②時々思う－84
③あまり思わない－8 ④全く思わない－4

10. お金を大切にしたい

- ①とても思う－243 ②時々思う－42
③あまり思わない－10 ④全く思わない－2



＜属性の設定理由と結果分析＞

若者の日常生活で「諺」というものがどれほど活用され身近なものであるかは、彼等の生活にどれほど活字文化が浸透しているかが一つの基準になるのではないかという理由から、活字文化の代表的なものとして、新聞と書物を取り上げた。さらに意思の伝達方法にも活字文化の浸透具合が見られるのではないかという理由から、手紙、年賀状、携帯メールを取り上げた。そして、異文化交流という側面から「諺」をどのように活用しようとしているかを見るために、外国人とのコミュニケーションと日本語に対する意識を取り上げた。最後に、A～Jに掲げる「諺」を最も日常的な「時間とお金」に絞ったことから、時間とお金に関する意識を取り上げた。

上記のグラフや結果の数値からも容易に読み取れることは、5以外は①と②の合計と③と④の合計の比較から見られる傾向である。例えば、新聞を読むか否かは、読むが155名で52%、読まないが142名で47%。よって、過半数が読んでいる。しかし問題は、69名23%の全く読まないという結果である。これは、下宿生などの多くは新聞を購読していないという事実から出たと読むべきか、それともその気があれば図書館に行けばよいという条件をも考慮すれば、やはり新聞自体を日常生活の中に取り入れていないという結果と読むべきだと結論付けられるのではなかろうか。残念な結果としては、本を全く読まないという学生が26名8%もいるという事実である。これに、あまり読まない人数82名をプラスすると、108名36%となり、今回のアンケートの主旨とは別に、ゆゆしき事態である。しかしこれが実態であることには違いないのであり、皮肉にもこの結果こそがこのアンケートの信憑性を裏付けることとなる。

この他の結果から見える傾向としては、やはりメールは日常的であるが、手紙や葉書は非日常的なものであることがうかがえる。そして何より多かったのは、日本語や時間やお金を大切に思う気持ちであり、外国人とのコミュニケーションも170名57%が望んでいる。

このような属性の結果を踏まえて、それぞれ

がお金と時間に関する「諺」をどれだけ認知しているのか、また、どのように活用したいと思っているのかを考察することとする。

IV. 日常生活における諺の活用に関するアンケート結果と考察

時間とお金に関するA～Jの「諺」の認知度および活用経験と活用希望アンケートの結果グラフは以下ようになった。

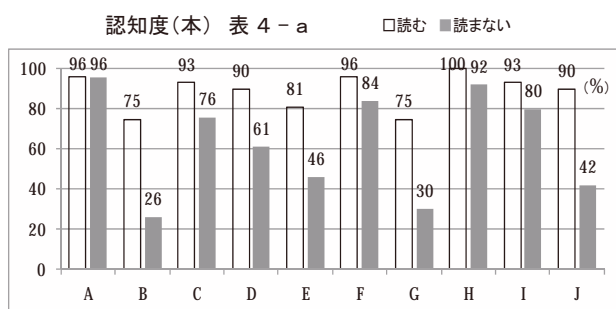
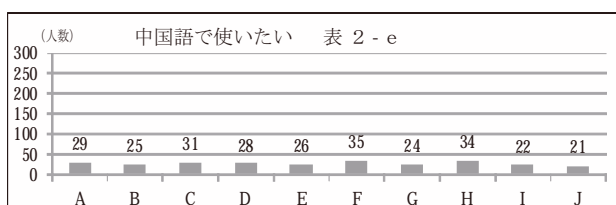
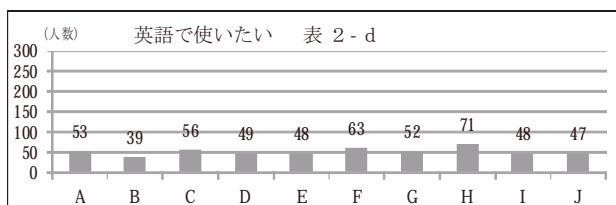
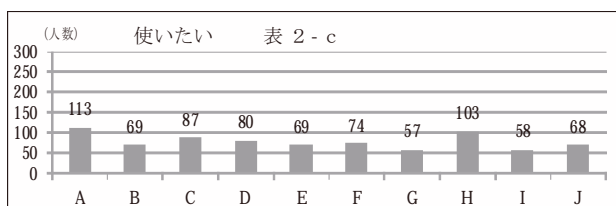
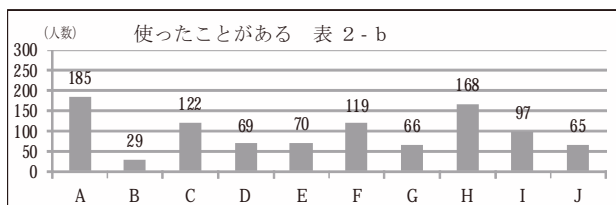
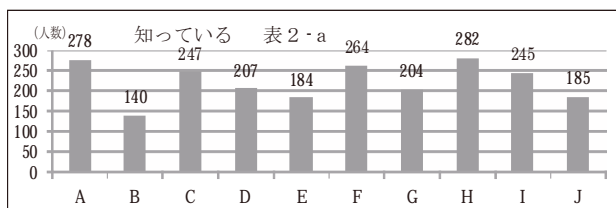
- A 朝起きは三文の徳
- B 悪銭は身につかず
- C 一銭を笑うものは一銭に泣く
- D いつまでもあるとおもうな親と金
- E 金に糸目を付けぬ
- F 金は天下の回りもの
- G 光陰矢のごとし
- H 時は金なり
- I 金の切れ目が縁の切れ目
- J 急いては事をし損じる

＜認知度＞

表-2 aから読み取れるように、最も認知度が高かったのは、H「時は金なり」282名94%。次いで、A「朝起きは三文の徳」278名93%。まさしく基本的な生活の中における会話で頻繁に登場する「諺」としての知名度は、押しも押されぬ位置にあるものといえる。しかも、「時は金なり」は中学の英語の教科書に常に取り上げられているので、若者にとっては馴染みの「諺」に違いない。もちろん、この諺の成り立ちは外来語（英語）の諺を日本語訳したものであるから、それは当然である。

認知度全体としては、最も身近でない「悪銭は身につかず」でも47%、約半数近くが知っており、ここに挙げた10のサンプルは馴染みがある「諺」だと言えることができる。全体の75%がこれらの「諺」を知っている、すなわち馴染みがあるという結果である。

列挙した背景にはその理由と共に、なるべく英語にも同様の「諺」があるものを選んだが、英語でもその「諺」を知っているというのは、おそらく Time is money. くらいであろう。つ



まりグラフの結果からも、英語に同様の「諺」があるかどうかと認知度との相関関係は見られなかった。むしろ、Gの「光陰矢のごとし」の認知度が予想を下回る結果となったことに、驚きを感じている。これは英語との相関関係というよりは、国語科の漢文等で「少年老い易く学

成り難し、一寸の光陰軽んずべからず」のくだりを学んでいることを念頭に置けば、もう少し認知度が高いものと想定していたからである。これはおそらく本を読む、読まないに関係している。A～Jの中で、Gが一番国語力につながる語句であるから。属性との相関関係を考察すれば、それは一目瞭然となる。表 4 - a がそれである。

本を読む者と読まない者との認知度の格差は、B、E、G、Jに大きく見られる。しかも、新聞や手紙の属性と比較すれば、Gのみが数段格差の広がりが見られる。やはり、国語力に起因していると考えざるを得ない。なぜなら、新聞を読むという回答には、スポーツ欄やテレビ欄だけという場合も含まれているかも知れないからである。さらに手紙も、メール感覚の表記によるものも多く含まれているかも知れないからである。いずれにせよ、「光陰」とか「ごとし」という言語の解釈力に関係しているのは事実であろう。

一応、以下にそれぞれの英語版を記しておく。(英語版該当なしもある)

A 「朝起きは三文の徳」

The early bird catches the worm.

B 「悪銭は身につかず」

Evil-gotten goods never prosper.

C 「一銭を笑うものは一銭に泣く」(該当なし)

D 「いつまでもあると思うな親と金」

It is too late to spare when the bottom is bare.

E 「金に糸目は付けぬ」(該当なし)

F 「金は天下の回りもの」

Money is a great traveler in the world.

G 「光陰矢のごとし」 Time flies.

H 「時は金なり」 Time is money.

I 「金の切れ目が縁の切れ目」

So long as fortune sits at the table friends sit there.

J 「急いては事をし損じる」

Haste makes waste.

＜活用経験＞

表2-bから読み取れるように、活用経験は認知度と比べると格段に度合いが下がる。これは「諺」が日常生活に根を下ろしていないということである。聞いたことはあるが使っていない。聞いたことはあるが使い方がわからない。いずれにせよ全体の66%がこれらの「諺」を使ったことがないという結果である。75%が認知しているということと比較すればそのことがよくわかる。しかも活用ということになれば、やはりそれぞれの日常において、新聞を読むとか、本を読むとか、手紙を書く等の言語生活が大きく関わってくるものと思われる。特に本を読むという属性との相関関係が大きい。表4-bがそれである。

特にD、G、Jはその極めつけとも言うべき結果である。なかんずくGについては、ほとんど活用経験なしと読み取ってもよいほどであり、実数は1名であった。特筆すべきは、Bに関してのみ結果が逆転しているということである。これは新聞も手紙も同様であった。しかしながら、逆転の理由については分析できなかった。

＜活用希望（日本語にて）＞

表2-c、表2-d、表2-eは、A～Jの「諺」の活用希望の結果が示されている。そのうち、表2-d、表2-eは外国語を使ってコミュニケーションを図る時に活用するという場面限定が示されているので、ここではまず、表2-cについての読み取りをしてみる。表2-cは、日本語にてそのまま使いたいという希望結果である。全体で75%が認知している中で、活用したいと回答したのは全体の26%。73%が、特段使ってみようとは思っていない、ということである。これもまた「諺」が日常生活に根を下ろしていないということであり、それぞれの日常において、新聞を読むとか、本を読むとか、手紙を書く等の言語生活が大きく関わっているものと思われる。しかもである、これも本を読むという属性との相関関係が大きいという結果となった。表4-cがそれを如実に示している。G、I共に実数は各1名。本をよく読むといった回答者でも、認知度の最も高かったHを活用

してみたいと思っているのは、実数としては31名中16名であった。全体でも134名34%である。もちろん、日常生活の会話や文章表現において、「諺」というものをそうそう頻繁に用いることはないにしても、この結果はあまりにも貧しいとしか言いようがない。

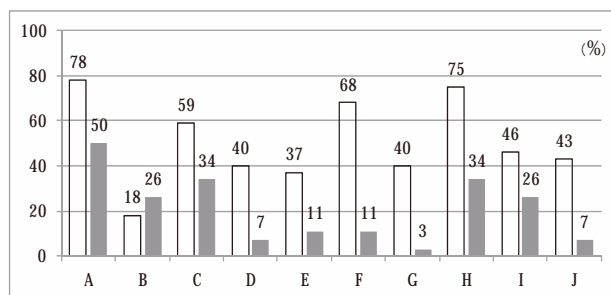
＜活用希望（英語・中国語にて）＞

表2-d、表2-eのグラフに示された結果からも明白のように、英語で、または中国語でコミュニケーションを図る時、できる限り双方の距離を縮め有意義な関係を築こうと考えるのは当然であろうが、実際にはその道具としての「諺」を活用したいとの意向は読み取れない。もちろん、英語や中国語での会話自体がままならないのも事実ではある。よって、言わずもがなである。これからの時代を生きていく世代には、「諺」の活用とまでは言わずとも、せめて英語や中国語での会話くらいは自在に出来るようにと期待したい。

そこで、活用希望では期待した結果を得ることが出来なかったのが、属性中の8. 外国人とのコミュニケーションを図りたいという項目で、①とても思うと回答した者と、新聞を読む、本

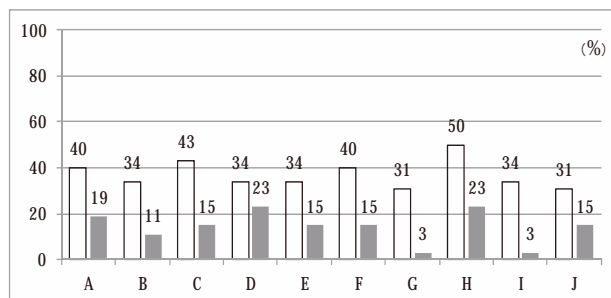
経験(本) 表4-b

□読む ■読まない



活用(本) 表4-c

□読む ■読まない



を読む、手紙を書くとの間でどのような相関関係を呈するかを計ってみることとした。その結果のグラフが表8-dである。ここでも明らかになったことは、本を読むという日常生活が、異文化交流の一つである外国人とのコミュニケーションを図りたいという意思表示に大きく関わっているという結果であった。しかし、手紙を書くか書かないかは、Ⅲの属性に関するアンケートからもわかるように、手紙を書くこと自体が非日常的であるとの結果であり、やはりこのグラフにもその答えが出ているといえよう。

V. おわりに

以上、学生アンケートから見た日常生活における諺の活用を考察してみた。全体的な結果としては、本を読むか読まないかという日常生活の属性と、認知度および外国人とのコミュニケーションを図るという点では相関関係が見られたが、新聞を読むか読まないかと認知度には相関関係はほとんど見られなかった。手紙を書くかどうかとも同じ結果であった。活用経験と活用希望は、それぞれの属性に於いて相関関係が少なからず見られたというものであった。

一方、今回のアンケートでは、若者の日常生活における活字文化の浸透という点で、既に「新聞」はその役目を終えつつあるのかも知れないという結果を得ることも出来た。それと共に「諺」の認知度や活用を通して、言語の解釈という国語力の日常性にも少しばかり触れることが出来た。「諺」の活用のみならず正しい意思の伝達や表現を、意識しながら行うためにも、物事の成り立ちや背景をしっかりと捉え、きめ細かな深い解釈を怠らず、しかもその上、自らの血肉として定着させ、正しく美しい日本語の活用表現を以て異文化交流を図りたいものであ

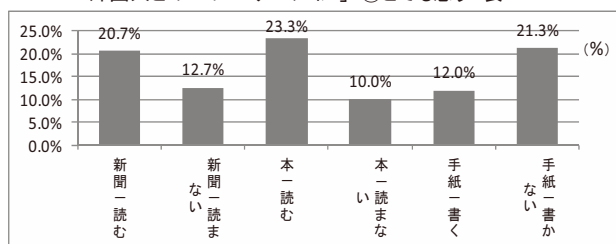
る。

そのためにも、そもそも「諺」自体をどのように捉えるかが求められる。これについては、2010年7月14日（「日・中・英の諺による異文化の比較研究」共同研究プロジェクト主催）の公開講演会「ことわざ研究の諸問題」にて、龍谷大学名誉教授で文学博士である秋本守英先生がわかりやすく解説されている。秋本先生の説によれば、「諺」とは人間や人生、社会の諸事象の一面をとらえて簡潔に述べた成句で、人々の間で、知識・知恵・教訓などとして長く用いられてきたものであり、性質や特徴としては、体系がなく見方が一様ではない多様なものであるということである。使い方としては、行為なり考え方なりの正当性を確認するために、または判断なり行動なりの妥当性を保証する拠り所として「諺」を用いるものであり、「諺」による知識や知恵を基に判断や行動を起こすものではなく、判断や行動の結果として「諺」が用いられるのであると述べておられる。

ということは、人により考え方、置かれている環境、歩んできた歴史などは異なり、当然、行為や考え方はそれぞれとなり、さらにその正当性を確認する方法はまた様々であるから、活用法は一様ではないということになるのではなかろうか。似たような状況で取り上げる「諺」が異なったものになる可能性は大きい。ましてや外国人（異国人）となれば、さらに異なる条件が増し、特に情報伝達の手段としての言語や文字が異なるということは、日本人と同様の場面で同様の諺が使われる確率は低くなるのではないか。

また、「諺」を用いて異文化の比較研究を行うことについても、秋本先生は次のように述べられている。「諺はそれが用いられた社会、文化が背景となって成立するので、諺の比較を通して、日・中・英の生活、文化、考え方などを見ていくことは十分に可能である。留意すべきは、日本の諺は三層構造になっていることを認識した上で、対等の条件で比較をしなければならない。三層構造とは、日本の諺には、中国の古典に由来するもの、日本に固有のもの、欧米から入り込んできたものという三種類の諺があ

「外国人とのコミュニケーション」-①とても思う 表8-d



るということ。これを知った上で比較する。そのためには、それぞれの国または言語とその諺の成立背景などを日本語の知識と同様の知識をもって比較しなければ、学問的批判に耐えられるような比較研究にはならない。それに応えるだけの資料を整えることが第一の課題であろう。」と。

その点では、中国に生まれ育ち尚且つ英語の教員である陸女史が、「日・中・英の諺による異文化の比較研究」共同研究プロジェクトの代表であると言うことは、諺を以て表現すれば「千人力」または「鬼に金棒」と言うことになるのか。いずれにせよ、この共同研究は緒に就いたばかりであり、切り口如何では終わりのない研究になるのではなかろうか。

また、このアンケートだけを採ってみても、若者の日常生活における情報伝達様式とか、本学の学生の日常生活における活字文化の浸透という点からの切り口で、諺に限らず違った側面からの研究を広げていくことも可能だと思われる。その意味からも、このアンケートの実施意義があったと言えよう。これをベースに今後の研究継続を自らに課したい。

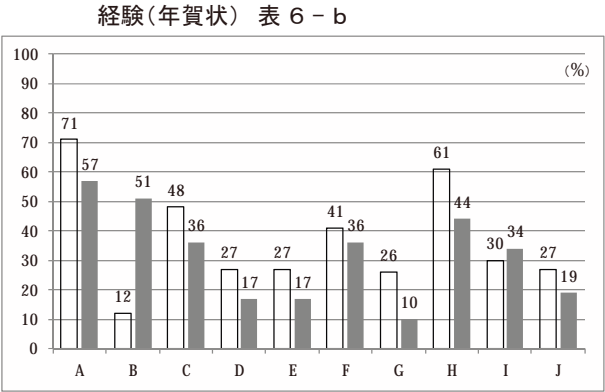
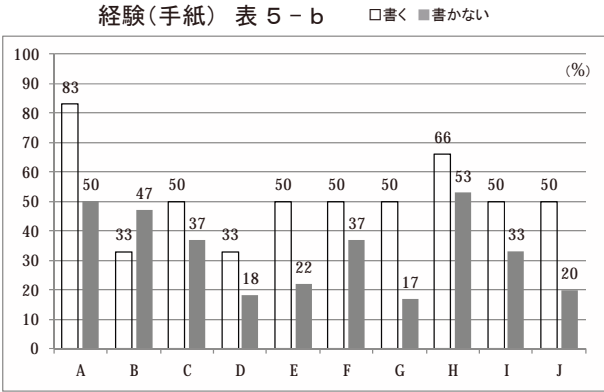
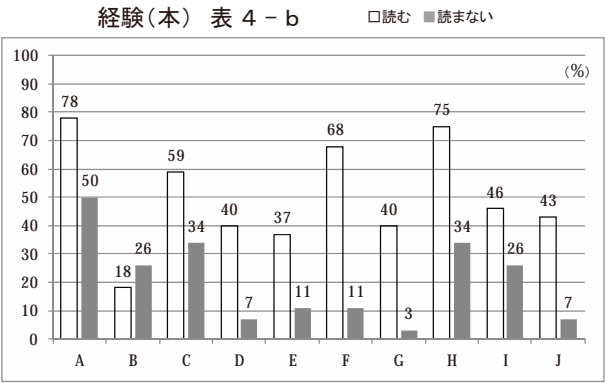
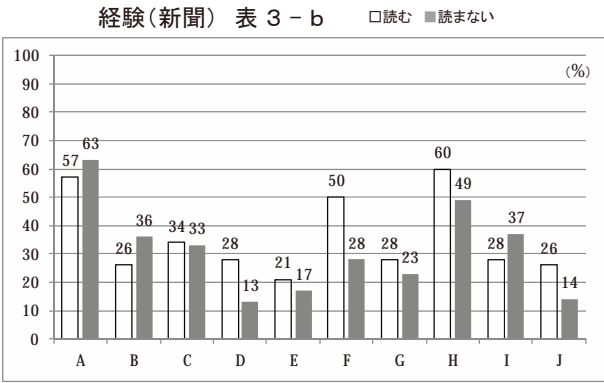
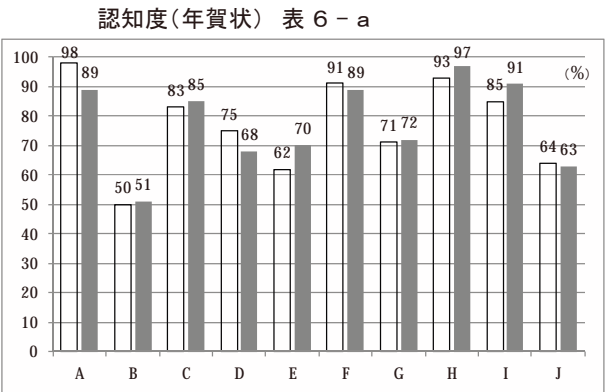
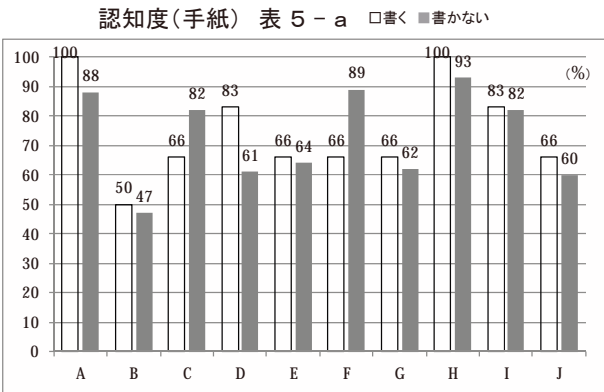
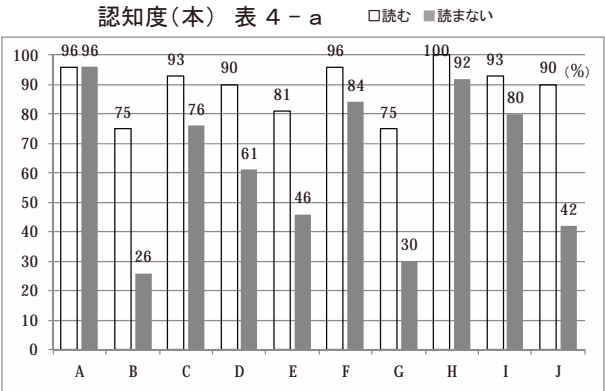
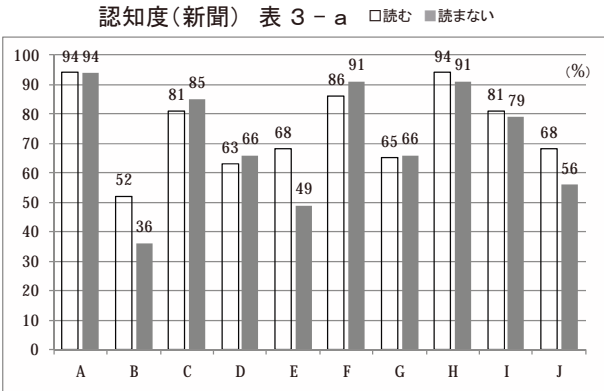
(引用参考文献)

- ・秋本守英（2010）「ことわざ研究の諸問題」．『人間学研究』．11． pp109-121
- ・尾上兼英（1992）『成語林』 故事ことわざ慣用句．旺文社

(参考文献)

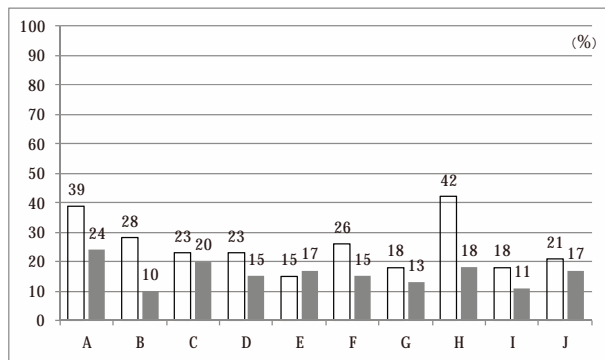
- ・小学館辞書編集部（2000）『故事俗信ことわざ大辞典』．小学館
- ・大野晋＋浜西正人（2008）『角川類語新辞典』．角川学芸出版
- ・柴田武、山田進（2003）『類語大辞典』．講談社
- ・外山滋比古（1989）『日本語の論理』．中公文庫

(添付資料)



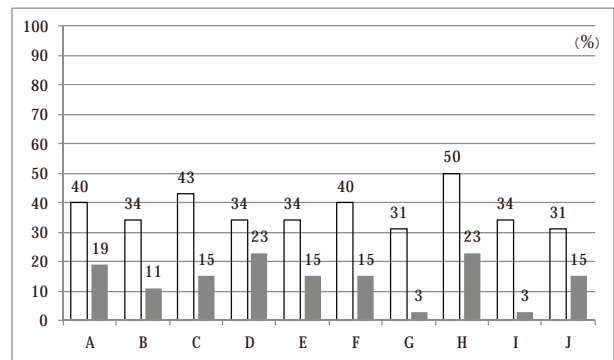
活用(新聞) 表 3 - c

□読む ■読まない



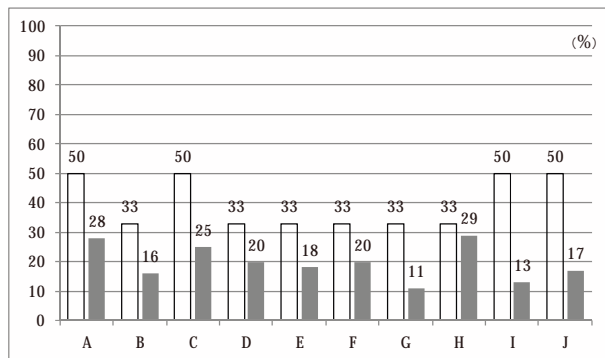
活用(本) 表 4 - c

□読む ■読まない



活用(手紙) 表 5 - c

□書く ■書かない



活用(年賀状) 表 6 - c

