

漢字と日本語・日本語教育

沖 森 卓 也

1

二〇一〇年十一月三〇日に、二九年ぶりに改定された「常用漢字表」が内閣告示された。筆者自身も文化審議会国語分科会漢字小委員会の臨時委員としてこの改定に直接携わった。改定の詳しい経緯はともかく、今日の情報化時代を背景として漢字使用をめぐる環境は特にこの二〇年ほどの間に激変した。普通のパソコンに搭載されている漢字も一万字を超えるという情報化社会に対応するために、表内漢字が二一三六字となり、従来のものから五字削り、一九六字を増やして、装いを新たにした。

そもそも、常用漢字とは「法令、公文書、新聞、雑誌、放送等、一般の社会生活において、現代の国語を書き表す

場合の漢字使用の目安」として定められたものである。当用漢字（一九四六年内閣告示）が日常に使用する漢字の範囲を定め、その強制力が強かったのに対して、常用漢字はその規範性が弱まっている。国が作成する文章、たとえば法令や公文書などで用いるべき漢字の範囲を目安として示したもので、今後の法律や通達などのほか、子供の名付け（ほかに人名用漢字がある）にもその範囲の漢字が用いられることになる。しかし、私生活においてはむしろこのと、学術、芸術などの特殊な分野での使用には全く関与しない。また、国以外の公的な方面、たとえば新聞では従来から独自にその使用漢字を定めてきた。

日本新聞協会では、二〇〇一年、常用漢字（一九四五字）に対して、紙面で振り仮名なしで使用する漢字を三九字増

やした。その中で、朝日新聞は独自にさらに二七字増やし、読み仮名を付けずに使用する漢字を六六字増の計二〇一字としていた(二〇〇二年)。また、訓についても独自の判断で追加し、いわゆる表外訓を振り仮名なしで使用していた。この度、常用漢字が改定されたことで、朝日新聞は追加の一九六字のうち、五一字は基本的には使用しないというように表明している(二〇一〇年二月一日朝刊)。つまり、実際には、国レベル以外では常用漢字表は単なる目安でしかないということになる。

しかし、この改定に大きく影響を受ける分野がいくつかある。その一つが教育の分野である。小学校では、学年別に学習すべき字種を配当し、合わせて一〇〇六字が定められている。中学校では常用漢字のたいむを読む、高校では主なものが書けるようになることが求められている。今回の改定によって、教科書の表記をどうするか、入試もしくは漢字検定などの出題で読み書き能力が問われる範囲はどうなるのかなど、早急にその対応が迫られている。

直接に関与した漢字の字種選定の作業を通して分かったことであるが、単行本であれ雑誌であれ、大衆的な小説、たとえば歴史小説、官能小説などという分野には独自の語彙と表記が存在している。それはもちろん、日本語を母国

語とする人々全体が読むものでないにしても、一般の社会で目にする漢字表記に特定のバイアスがかかるという事実
は否みようがない。

今回の改定作業が、ランダムに選んだ文章を基礎的資料としてその頻度数を一つの基準として新たな字種を選定するということであつたから、たとえば「淫」というような字も今回表内字となり、「いん行」というような、これまでの何とも不安定な交ぜ書き(熟語を漢字と仮名で書くこと)が解消されることにもなつた。

その反面、教育の現場で「淫」をどのように指導するかという課題も生じた。これを取り上げるとすれば、訓で「みだら」、音で「淫行」「淫乱」などと表現された文脈を示す必要がある。もちろん、「へいかがわしい」という意味で「淫祠邪教」を例とするようなことも考えられるが、それでも「淫」には性的な字義が色濃く認められる。それなら、いっそう表外にしておくべきだったということになるのかもしれない。ただ、現実には、青少年保護育成条例違反としての「淫行」は常に新聞・雑誌などを賑わせて、跡を絶つ気配がない。「淫行」という実態を教育の現場として無視するのではなく、これとまともに取り組んでいく必要があることに誰も異論はあるまい。言葉狩りによって、

その実態を覆い隠そうとするのではなく、表内字となったことで、これを自然に取り上げることのできるようになってきたことをむしろ是とすべきであろう。

このような教え方にかかわる問題のほかに、字形の問題がある。たとえば、部首の「しんにょう」はこれまで常用漢字では「近」「進」などのように一点しんにょうであったが、今回追加された「遡」「遜」は印刷字体では現在のところ一般に二点しんにょうである。このような不統一は従来からも指摘されてきたことであるが、字画の「はね」や「はらい」などについての問題とともに、漢字の字形について再考するべきいい機会であるように思われる。

字形の許容については、教育現場でもデリケートな問題で、神経を尖らせるところであろう。たとえば、改定常用漢字表の前文では、部首の「木」偏は縦棒を撥ねて書いてもよいことが例示されている。ただ、漢字書き取りの試験では、手偏は撥ねるが、木偏は撥ねてはいけないというような判断基準があるようにも仄聞している。ここは撥ねなければ誤りであるとか、この線はここを出てはいけないとか、逆に出なければいけないとか、手で書く字形については、「国語」という教科の成績にかかわることであるから、学生・生徒だけではなく保護者にとっても無関心ではい

れない。厳格にすべきであるという主張がある一方、あまり神経質にならなくてもよいという意見もあろう。いずれにしても、漢字書き取りの試験は統一した基準で採点すべきだということでは大方の意見は一致するに違いない。しかし、その採点の基準とすべき根拠となると、それは確固たるものはほとんど存在しない。

ここで漢字について詳論することは紙面上できないが、そもそも漢字の歴史をたどれば、基本的には物をかたどつたり（象形）、抽象的概念を可視的に表したり（指事）する文字に由来する。そして、もとは亀の甲羅や獣の骨に、下つて金属や石などに刻みつけた文字であることから、撥ねるということはほとんどない。たとえば、手偏は「手」に由来し、「手」は人間の身体部位である（手）の象形文字である。したがって、字画の縦の線は手のひらから腕に伸びる形に相当するものであるから、その縦の線の下部は手の付け根であつて、直線のままであるのが道理である。実際に甲骨文字でも撥ねていない。これが撥ねるようになるのは、墨ができ、筆で書くようになり、草書や行書で書く時に、その筆勢によって撥ねるのが自然であることによるものである。しかし、撥ねることは規範ではなかった。古い文献を見ると、手偏と木偏に区別はない。たとえば、

「拍」と「栢」の字形上の差は見あたらないのである。それは文脈によって判断すればよいというのが古来の漢字表記の実態であったといつてよい。

今日、撥ねるなどの基準があるのは、活字の明朝体や教科書体、教育現場では特に後者と同一の形であるべきだといふ考えに基づくものである。それは漢字の実態に即して字形の基準を設けようとする実証的な態度ではなく、単に写實的に模倣した形を良しとする形式主義的態度である。ただ、実証したとしてもさまざま実態とその解釈があるから、外形的な類似に依拠しようとするのも、現実的な対処法だと一応黙認しているのが現状であろう。

これに加えて、学校現場では筆順を重要視している面も強い。これは漢字書き取りの試験が最終的に書かれた字形だけが採点の対象となるから、実際にはあまり問題にならない。しかし、教育現場で指導しているせいも、正しい筆順であるかどうかを気にする向きが多い。結論から言うと、一九五八年に文部省が編集した「筆順指導の手びき」に依っている。ただ、その「本書のねらい」には、そこに示されていない筆順を「誤りとするものでもなく、また否定しようにするものでもない」と記してある。つまり、実態として筆順はさまざまあることを表明しているのであって、唯

一これだけを正しいと根拠づけられないのである。例を挙げると、「女」は平仮名「め」、片仮名「メ」の字源であるが、平仮名「め」を書く筆順から見ると、「く」「ノ」の次に「一」を書く場合もあれば、片仮名「メ」が終画（書き始めの字画を「初画」というのに対して、書き終わりの字画）に相当するものであることから判断すると、「一」を最初に書き、次に「く」、最後に「ノ」と書く場合もあったことがわかる。また、「必」は、日本では最初に中央上部の「ノ」から書く書き方を、他方、中国では左傍の点「ノ」から書く書き方を標準的な筆順としている。このように、同じ漢字を使いながらも、異なる筆順に従っているということは歴史的に異なる歩みを経てきたからであり、また、漢字には文化的背景が色濃いことを物語るものでもある。

また、仮名の筆順を問題視することはまずないが、その生成過程から見ると、前記の「メ」は、左上から右下への「ノ」が第一画で、次に「ノ」を書くのが本来の筆順であったことになる。しかし、現在ではその逆であるのは、単にその方が書きやすいからである。標準的な筆順とは「慣用」としての書きやすさに基づくものであって、それが唯一「正しい」というものは存在しない。このことも文字学習を指導する立場においては銘記しておく必要がある。

もう一つ、常用漢字が増えたことで直接影響を受けるものに、日本語を学習する外国人があげられる。中国（および台湾）を除けば、漢字を学習する国はない。韓国はハングルを用いることで一貫しているが、人名や地名、また語彙の多くが漢字によって構成されているために、漢字を知っておくことを是とする考えを多くの人たちが共有している。しかし、原則として漢字は使用していない。

このように、中国語の話者以外の外国人は、日本語を修得する際、漢字を学習しなければならない。これは負担の重い課題である。実は、日本語で話すことを修得することは、他の外国語に比べるとかなり容易である。まず、発音（アクセントは除く）が単純であること、文法的に省略できる要素が多いことなどが挙げられる。したがって、日本語が平仮名だけで書くというものであれば、外国人にとっても相当に学びやすい言語であると言える。しかし、一般的に漢字仮名交じり文で書かれることから、最低限の漢字を修得しておく必要がある。その目安が常用漢字であり、それが今回の改定で約一割増加したのである。一九四五字から二一三六字となること自体においては、もともと負担

すべき重さに比べれば、今回の改定が大きな負担になるなどと言う必要はないものの、国際語としての日本語をどう位置づけるのか、そして、国際的に日本語は将来どうあるべきかという課題は常に自覚しておくべきである。

日本経済がバブル崩壊後、停滞し続けている間に、二〇一〇年度においてGDP（国内総生産額）で中国に世界第二位の座を明け渡してしまった。それはいざれ起りうる事態であったことではあるが、それにしても日本経済の閉塞感と見通しの暗さにいらだちを感じない人はほとんどいないであろう。そして、この閉塞感を打ち破り、活気を取り戻すためには国際競争力を高め、独自の技術力で国際市場をリードしていくことが必須であるという認識も大多数の人たちに共通しているであろう。国際間競争を勝ち抜くためにはEPAを締結することも必要不可欠であろう。しかし、モノを売ることだけを考え、コストダウンを図ることのみが解決策になるとは思えない。国外へ生産拠点をシフトすることは中国の例を見ても限界がある。

人口の高齢化によって年金や医療費などの予算が増大の一途をたどる現状では、縮小する税収を貧しく分け合うという「貧しさの共有」の道を辿るしかない。経済的にも拡大し続けるということが期待できない以上、量（金銭）か

ら質（文化）への転換を図り、国際的な信頼を確実に得ていくことが当面の目標となろう。

日本経済の問題に関してはさておき、日本文化の理解が日本にとって喫緊の課題であることに誰しも異論はなからう。それは韓国の国家的戦略に顕著に感じ取っている人々も多いに違いない。いわゆる韓流という文化現象は、日本・中国のみならず、東南アジアにも広がっており、それが韓国企業の国際的躍進と密接に関係している。

文化を輸出するという考えは決して新しいものではない。第二次世界大戦後、日本はアメリカの大衆文化に憧れ、熱狂した。映画、歌、ファッション、そして、アメリカ的生活様式……。そこには、経済的な豊かさを背景に、無限の可能性と大きな夢を感じとらずにはいられなかった。それは、アメリカが世界経済をリードする牽引力を低下させつつある今日でも、ハリウッド映画に代表される文化的な影響力は依然として人々の心の中に根強く残っている。

その国の文化を理解するためには、その国へ行って生活すること、その前提としてその言語を習得することが求められる。日本文化の普及が「日本」というイメージ、「日本」というブランドを下支えするのであれば、日本語の学習を国際的に広めることは国家的戦略であるとも言える。

近年、日本の大衆文化が世界的にブームになっているというニュースをよく耳にする。マンガとアニメに代表され、そこにコスプレ、ゲーム、ファッション、そして日本料理などが続く。ヨーロッパでは、特にフランスに熱狂的なファンが多いと言われているが、アメリカの大衆文化に代わりうる可能性を秘めているとも言える。ただ、日本の大衆文化の享受を一過性のものとするのではなく、その評価を定着させるには戦術も必要であろう。たとえば、日本料理でいえば、それは、どの国にでもある通俗的な中華料理の店というのではなく、やや高級な店として位置づけることで評価を高めてきたように、差別化を図らなければならない。

中華料理という縁で、中国を例にしてその言語の世界戦略を見ると、孔子学院があげられる。これは、中国政府が各国の大学などと提携し、中国語教育・中国文化を普及させるために設立した機関である。二〇〇四年から国家プロジェクトとして始めたもので、中国は現地の大学と運営費を折半する。大学に設置された孔子学院は二〇一〇年に九〇カ国三〇〇校を越えている。日本にも立命館大学や早稲田大学など約一〇カ所に孔子学院がある。中国政府は日本円で一〇〇億円以上もの予算を組んでいると言われ、世界各地でさらに多くの設置を目指している。この孔子学院に

は共産主義の宣伝だというような批判もあるが、中国語教育の普及に一役買っていることは疑いない。

こうした自国の文化を普及させようという戦略は古くヨーロッパに始まる。アリアンス・フランセーズは一八八三年にフランス文化の普及を目指して設立された公的な文化機関で、現在では一三〇以上の国々に、一三〇〇カ所以上設置されている。ただ、その当初のねらいは植民地におけるフランス語の普及にあつた。帝国主義という時代の産物ではあるが、今日では各国の国際的文化政策の手法ともなっている。英国にはブリティッシュ・カウンシルがある。これは一九三四年に英国に対する信頼と理解を深めることを目指して設立された公的な国際文化交流機関で、今では世界一〇〇カ国以上に設置されている。ドイツには一九五一年に設置された公的機関ゲート・インスティトゥートがあり、現在、九二カ国に一四九の拠点をもち、

一方、日本はといえば、海外での日本語教育の普及に對して政府の国家的戦略や具体的な行動がなかなか見えないのが現状である。その中で、独立行政法人「国際交流基金」(ジャパン・ファンデーション)がそれに近いとも言える。文化芸術交流、海外における日本語教育、日本研究・知的交流を主要な活動分野とし、世界二一カ国に二三の拠点を

持つ。ただ、その各施設の規模はともかく、二一カ国、二三の拠点というのは、しばらく前まで世界第二位という経済規模を有していた国としては、あまりにもお粗末で世間知らずであつたとしか言いようがない。これはひとえに、直接的に貨幣価値と結びつくもののみ重点を置き続けたきた国および産業界の姿勢によるものであろう。

前述の韓国を例にして、その文化政策について少し見ておこう。一九九六年に国家的戦略として、韓国文化CI (Culture Identity) を策定し、一九九九年には文化産業振興基本法を制定し、文化産業の支援及び育成を目指した。デジタル技術の高度化など急速な文化産業の環境変化にもすばやく対処し、デジタル文化コンテンツ産業の支援も行っている。韓国は人口一人あたりの文化予算が日本の五倍に達しているとも言われているように、文化振興のために多額の予算を投入している。

もともと、韓国は人口が約四、八五〇万人で、国内の市場規模は比較的小さい。つまり、日本は内向きであってもその市場規模において採算が合うが、韓国は外向きにならないと成長できないのである。そのため、韓国文化の歴史性と固有性をアピールし、国内的に自覚を高め、支援していくとともに、対外的にそのイメージを肯定的で好意的な

ものにすることを目指したのである。そこには、国家のイメージが韓国製品のイメージに影響するという認識と、国家のイメージの向上が企業の国際競争力とグローバル化に大きく寄与するという分析があつたことは明らかであろう。その韓国文化の総合的なイメージが韓国C Iであり、この国家的な文化戦略は近年大きく功を奏し、韓国という国のイメージも国際的に向上していることは言うまでもない。日本がバブル経済の崩壊を火事場の見物のようにただ呆然と見るばかりで、何らの方策も打てなかつたのと好対照である。

3

韓国は国内の民主化の立ち後れによって、国際的なイメージは弱含みであるという内省に立脚している。そして、現在中国が孔子学院の世界的展開を図ろうとしていることも、国家的な文化戦略がきわめて有効であることを踏まえてのことである。

これらに対して、日本も二〇〇三年に、産業の国際競争力の強化を目指して、知的財産の創造、保護および活用に関する施策を集中的計画的に推進するために、内閣に知的財産戦略本部を設置している。その中で、二〇〇九年三月

に答申された「日本ブランド戦略」ソフトパワー産業を成長の原動力に」を見ると、その基本戦略として次のようなことを唱っている。

1 創造力の強化

戦略1…ソフトパワー産業の振興（クリエイターの活動の場を創出する）

戦略2…創造基盤の整備（創造を支える環境を整備する）

2 発信力の強化

戦略3…外に向けての発信力強化（ターゲット・方法を重点化する）

戦略4…訪日促進等を通じた認知度の向上（日本ファンを世界に広げる）

3 体制の構築

戦略5…推進体制の構築（官民挙げての日本の力を結集する）

政府として産業の振興に取り組むことは当然のことではあるが、その目標とするとところが金儲け一辺倒であることが文面から滲み出ている。その中で、文化と比較的かわるるよう感じられる「日本ファンを世界に広げる」という戦略について、実効性のある施策として次のことが挙げられている。

外国人旅行者の受入れ拡大

質の高い商品・サービスを求める外国人層への戦略的発信の強化

留学生の受入れ拡大

日本語教育の推進

海外現地における日本文化の発信・日本語教育と留学支援サービスの連携強化

確かにそれらは机上で想定されることであるが、どれ一つとっても実効性に乏しい。外国人旅行者の国別統計では韓国、中国、台湾の順で、今後見込める増加は何と言っても中国であるが、尖閣諸島の問題を見てもキャンペーンや情報提供などという方策とはほとんど関係しない。外国人で商品を買うと期待される対象もやはり中国人であって、ニーズの高い「外国人層」、つまり消費欲の高い外国人旅行者とは中国以外のどの国を念頭に置いているのであろうか。

また、留学生については、受け入れが拡大どころか、予算の削減で奨学金受給者は減少し、しかもその金額も減額の一途を辿っているのが実状である。二〇一〇年度から文部科学省の「私費外国人留学生授業料減免補助制度」が廃止になり、学費三割を補助する予算がカットされた。国費

留学生が約一人であるから、留学生の大半は私費であるのが現状である。削りやすい所から予算が削減されたことが明白であり、この「内向き」の政策は前述の戦略と大いに矛盾している。少し前の調査であるが「平成一七年度私費外国人留學生生活実態調査」（日本学生支援機構）によると、平均月支出額は授業料等五万二千円を含め、一三万六千円であるという。留学生三〇万人計画という目標は、公的な奨学金の拡大を期待できない以上、私費留学生を増やすことによってしか達成できない。留学生にもその身分によってアルバイトも可能であるにせよ、かりに私費で年間一六〇万円以上も支出が可能な外国人がどれほどいるのであろうか。そして、外国人といえれば婉曲に拒否されるような敷居の高い住居、おまけに狭くて高い賃貸料であれば、よほど日本に魅力がなければ来日するはずがない。つまりは、留学生受け入れ拡大を唱える前に、それほど高価にくのくに、それでも日本に行きたいという気持ちを起こさせる施策こそが必要なのである。いまだにお題目のように看板として掲げている「留学生三〇万人計画」がどのような根拠によって達成可能と判断しているのか、知りたいものである。

次に、日本語教育についてみると、「二〇〇六年海外日

本語教育機関調査』結果概要（速報）」（国際交流基金）によると、海外の一三三か国（厳密には一二六か国および七つの地域）で行われていて、およそ二九八万人が日本語を学習しているという。ただし、この数にはテレビやラジオの日本語講座、個人教授などによる学習者は含まれていない。国別で見ると、一位が韓国で九十一万人、二位が中国で六八万人、三位がオーストラリアで三六万人、次いでインドネシア、台湾、アメリカと続く。韓国では高校で第二外国語の一つとして学習されており、大学での履修者も最も多い。オーストラリアでは小学校から教えるところもあり、フランスやアメリカでは日本語教育を行う高校もある。

このように、多くの国々で日本語教育が行われているにもかかわらず、それを後押しするような支援策はほとんど見当たらない。海外の大学や高校の日本語教師を再教育したり、日本人教師の海外派遣を紹介したりすることは知られているものの、現地で行われている授業に援助が行き届いていないようである。たとえば、中国では六〇〇を超える大学で日本語教育が行われているといわれている。そのひとつである河南省のある大学を二年ほど前に訪問した時のことであるが、そこには辞書や日本語の概説書すらろくになかった。しかし、一学年一〇〇名ほどの学科生が在籍

している。学生は少ない教材で、何とか日本語を身に付けてようと勉めている。そこで、手許にあった、筆者自身も編集に携わっている『大辞林』、そして、同じく編集執筆した日本語概説などの日本で出版された本も何冊か差し上げた。それらはコーナーを作って設置しておくということであった。コーナーの設置ということ言えば、しばらく前から、大学教授などが亡くなった後その蔵書が中国の大学に寄贈されることがたびたび行われている。国内の図書館では蔵書の寄贈を断られることが多く、海外の機関への寄贈は次善の策と言えよう。しかし、重い大量の書籍はその運送費も決して安くはない。せめて運送費の援助ぐらいは政府として無条件に行ってほしいものである。いずれにせよ、重点的な大学はともかく地方の大学、および現地の日本語教育機関にはさまざまな面で、たとえば教材や教授法などの援助が必要である。

ましてや、日本への留学支援サービスなどというのは、具体的にどのようなことを想定しているのであろうか。それは奨学金を除くものと察せられるから、私費での留学先の大学を紹介するということであろうか。それなら、国内の大学進学希望者が減少しているという状況で、大学によっては外国人留学生が頼みの綱であるというところもあるか

ら、入学できる場合も少なくないであろう。しかし、私費での留学が可能な層はどれほどいるのか、やはり疑問である。すでに日本政府の恩恵にあずかっている留学生を除く、大多数の日本語学習者実際に有効な支援サービスが行えるのであろうか。

このように考えてみると、日本ファンを世界に広げるといふ戦略に対してはほとんど無策であるに等しいと言わざるをえない。それでも日本語教育の推進には、せめてもの光を見出したいと思う。マンガやアニメなどをきっかけとして日本文化に興味を持つとするならば、日本語教育の現場で広く日本の文化を知り理解することを促すのが一つの方策であろう。現に、日本のドラマ、マンガなどを教材として授業を行っている場合もあるようで、その授業は学生から人気があるという。韓国では学生の方が情報が早くで、教員側の教材がすでに古いという場合もあるようで、日本の大衆文化に対する評価は高い。知的財産権の保護という観点から見ると、無条件に容認できないことではあろうが、日本語教育の授業教材としてはもっと活用を図ることが、結局は日本ファンを増やすということにつながる。それはいづれ教材以外のコンテンツを消費してもらうことにもなるのである。

日本文化の理解を深めるには、日本語教育の授業によるのが最も効果的であろう。授業以外でもマンガやアニメなどを視聴することはできる。しかし、そのストーリーのどのいくつかをテーマにして、その背景にある日本独特の人間関係、行事やしきたり、物の考え方を解説しなければ、その視聴は単にあらすじを追って楽しむという一過性のものになってしまうであろう。真の日本理解を深めるためにも、語学教育だけではなく、文化をテーマにした文化交流を主軸として、現地の教育機関の充実と拡大を図るべきであろう。

4

日本というイメージ、日本というブランドの価値を国際的に高めるためには、日本語教育が大いにかかわるのであるが、ここで、少し漢字の話に戻ることにする。

コミュニケーションにおける情報の伝達には、話し言葉では音声、書き言葉では文字が用いられる。その音声と一定の対応関係を持つ文字を表音文字、特定の語と対応関係を持つ文字を表語文字（表意文字）と呼ぶ。そもそも、文字は、シメール文字、ヒエログリフ（聖刻文字）、漢字などのように表語文字に由来し、後に表音文字が出現し

た。それは、系統の異なる言語に文字が借用される場合、もともと有していた字義を捨て去り、その表す音の側面だけをを用いたということを背景とする。それはちょうど、日本語において、系統の異なる中国語から漢字を借りて、九世紀頃に独自に表音文字の平仮名・片仮名を生み出したことと同趣である。その当時、平仮名を用いる場合、原則として文章を平仮名だけで書き表し、時に少量の漢字を交えて書くというものであった。江戸時代になると、識字層の拡大とともに漢字の使用が徐々に多くなり、明治以降は近代化の過程で教育制度が整備され、ますます漢字の使用が高まっていく。

漢字の使用は一九四六年の当用漢字（一八五〇字）においてかなり制限的なものとなったが、敗戦後経済の復興を遂げた一九八一年に常用漢字（一九四五字）が使用の「目安」とされ、その規制力は大幅に緩和された。そして、二〇一〇年改定された常用漢字表（二二三六字）では、新聞、たとえば朝日新聞では追加された漢字のうち五一字は紙面に採用されない、さらに「瓦、牙、錦」など七字の音読みは当面の間、読み仮名を付けるということとなった。書き言葉によるコミュニケーションを円滑にするために漢字がどのような役割を果たしているかを考えるいい機会になっ

たとえよう。そもそも、どれだけの漢字を使えば効率的なのか、その判断の基準はなかなかはっきりしない。

漢字使用の実態を調査した統計の一つに、『漢字出現頻度数調査（新聞）』（二〇〇七年 文化庁文化語課）がある。朝日新聞・読売新聞の二〇〇六年一〇〜十一月分を対象として、その出現頻度数を調査したものである。それらを上位から累積させて合計すると、その紙面に使用された、人名用漢字を含めたすべての漢字のうち、どの程度がカバーされているのかが分かる。以下、これを「カバー率」と呼ぶことにする。朝日新聞（以下、括弧内は読売新聞）では上位から五四七（五三八）字で八〇%、八四二（八二八）字で九〇%、一七二五（二七〇五）字で九九%をカバーしている。これを中国語と比較してみよう。二〇〇九年度の「中国語言生活状況報告」によると、六〇二字で八〇%、九七〇字で九〇%、二四〇〇字で九九%をカバーするという。漢字だけを用いる中国語と、平仮名・片仮名も交える日本語では事情が少し異なるものの、八〇%、九〇%のカバー率ではほぼ同じぐらいであることは興味深い。

ただ、その数だけでは論じられないところがあり、日本語における負担の方が実にかなり重いと見なければならぬ。それは漢字の読み方についてである。現代中国語の漢

字の発音は一つであることが多く、時に意味の違いに応じて異なる二つの読み方を持つが（これとは別に声調の異なる字もある）、日本語では基本的に音と訓、音も二つある場合が少なくないし、訓も複数、多いのでは「生」には「うまれる・いきる・いかす」など一〇に及ぶものもある。

つまり、単に字形だけでなく、その読み方が多種にわたる場合が多い。この分を割り引くと、漢字を用いるという面では、中国語よりかなり負担が大きいとも言えよう。

その一方で、漢字を増やすということは、そのぶん容易に語を特定できるということでもある。表音的に言葉を拾っていくよりも、表語的に特定の語を思い浮かべられるだけ、文脈の理解がより早くなるわけである。このことは漢字使用をめぐって韓国でなされている議論とほぼ同様であって、ハンゲルだけでも十分に語として認定可能であり、意味が理解できるという考え方と、語彙には漢字語が多いのであるから、漢字を用いた方がよりすばい理解が可能にあるという考え方に真つ二つに分かれる。ハンゲル字母が二四であるという負担の軽さは確かに魅力的である。ただし、もう一つ留意しておかなければならない点はスペリング（綴り）である。表音文字とはいっても、たとえば、英語の〈騎士〉は knight であるし、〈十分に〉は enough であ

る。読まないで、さまざまな読みがある音などというように、発音と文字との間で合理的に対応しているとは限らず、極論を言えば語の数だけ綴りがあることになる。表音文字を使用しても、書き言葉での負担は軽いというわけではない。

このように、漢字の使用、およびその言語社会における適切な使用数については明確に断言することはできない。ただ、漢字の読み方を含めて考えると、日本語教育では非漢字圏の学習者を勘案すると、カバー率が九九%である一七〇〇字ぐらいが一つの目安であり、それ以上に漢字を使用する場合は、朝日新聞が表明したように振り仮名を付けるというのも一つの考え方であるように思われる。ちなみに、前述の朝日新聞を例にとると、一一二六字で九五%、一二一四字で九六%、一三二五字で九七%、一四七二字で九八%に達する。そこで、初歩から中級までの段階では、一一〇〇字ぐらいを目標として学習するのがよからう。皮相な考え方ではあるが、できるだけ文字のハードルを低くしておくことが親しみやすさに通じることを銘記しておくべきである。

日本語の学習が日本文化を理解する入口になるとは言えないものの、その入り口まで足を運ばせることがまずは前提

となる。つまり、日本の文化により好ましい、興味がそえられるという印象を抱かせるにはどのような方法があるかという点である。伝統的民俗的な文化はそれぞれの国・地域の歴史を考え合わせると、その理解は容易ではない。それよりもむしろ現代的な感覚として国際的に共通する大衆文化、たとえば映画・マンガ・アニメ・ゲーム・ファッション・ダンス・ポップスなどを前面に出した方が戦略的には効果的であろう。

これまでも、個別に民間ベースで行われてきたものではあるが、国家が民間と一体になって国家戦略として文化の発信に取り組むことは焦眉の急である。それには、現地の日本語・日本文化に通じた人々と、日本のどのような文化的資源がその国に有効であるかを協議し、放送・新聞などのメディアなどを通じて積極的にPRしていくことが望まれる。そして、現地で日本文化を流通させることのできる優秀なプロデューサーを、日本人だけでなく、アジアを中心として広く世界全域に求め育成していくことを国家的戦略として推進していく必要がある。

近年は、「Cool Japan」というキャッチフレーズで、世界に対してクールでカッコよいというイメージを国家的な取り組みとしてPRしている。このようなキャッチフレーズ

もあってよいが、それぞれの国・地域ごとにもっときめ細かく綿密に戦略を立てることも不可欠であろう。そして、埋もれて気づかない文化的資源を今一度掘り返し、再発見していく試みを進めると同時に、資金の援助、規制の緩和、政策上の連携などが国家レベルで求められている。

ただ、国家的戦略とはいえ、国が投入できる予算は微々たるものである。従って、当面は民間の力を大いに活用できる土壌を整え、その活力を効果的に束ねていくことに徹する以外にならう。いずれにせよ、外に開かれた文化政策が総合的に再構築されていくことは、日本の将来にとってその意義は極めて大きい。

(立教大学)