

放送における美化語の意識調査

～視聴者とアナウンサーの双方へのインタビュー調査から～

メディア研究部 滝島雅子

放送における美化語の適切な使用の方向性を探るため、今回は情報番組の『あさイチ』を対象に、放送場面の美化語の使用を観察し、それぞれの具体的な美化語について、実際の発話者であるアナウンサーとそれを受け止める視聴者双方の意識を質的に探るインタビュー調査を実施した。本稿では、インタビューの具体的な声を交えながら、アナウンサーの美化語の使用意識とそれを受け止めたときの視聴者の印象を分析する。

- ▶アナウンサーは、番組の場面ごとに人間関係や場にさまざまな配慮をし、自己や対象事物の効果的な見せ方を考える中で、美化語を使用したり控えたりしている。
- ▶美化語を使うかどうかの判断には、アナウンサー自身の使用傾向や伝える相手の使用傾向、社会の慣習が影響している。
- ▶視聴者はアナウンサーによる美化語をおおむね好意的に受け止めている一方、「お」の付けすぎや、逆に語によっては「お」を付けないことへの違和感を持つことがあり、その意識は性差と強く結びついている。
- ▶全体的に視聴者が放送に美化語を期待する気持ちは強く、アナウンサーもそれに応えようと、情報番組では美化語を多用する傾向にある。一方で、過剰敬語は避けるべきだという規範意識から美化語の乱用を避け、全体として適切な使用を保っているといえる。

1. はじめに

「花」のことを「お花」、「褒美」のことを「ご褒美」のように、主に「名詞」に敬語接頭辞の「お」や「ご」を付けて、「ものごとを美化して述べることば」を「美化語」という¹⁾。美化語は、「物事をきれいに表現することによって、自分の品格を保持する、文話²⁾をきれいにするといった役割の敬語」(蒲谷宏・金東奎・高木美嘉 2009)とされる。

NHKの放送におけることばの使い方を示す『NHKことばのハンドブック第2版』には、こうした美化語の「お」について、以下のような記述がある。

物事を丁寧に言うために付ける「お」は、できるだけ省いたほうが、すっきりした表現になる。(p.28)

これまでNHKの放送、特にニュースの放送現場では、この考え方に基づき、美化語の「お」(「ご」)はなるべく付けない、平明・簡素な放送を目指してきたといっただけであろう。

一方、世の中の美化語の「お」「ご」は年々増加傾向にあり、「歴史をたどると、中央から地方へ、貴人から庶民へ、女性から男性へと広がっている」(井上史雄 2004)とされる。その傾向を反映して、最近の放送では、料理番組やゲストを交えた情報番組などを中心にさまざまな美化語が頻繁に使われるようになって

ている。しかし、放送で美化語をどの程度使うかの判断は、それぞれの放送現場に任されており、頻出する「お」や「ご」に対して、現場には戸惑いや誤解も多い。例えば、「画面の表記を『お茶』にすべきか、『茶』にすべきか」「放送では、『お墓』と言うべきか、『墓』と言うべきか」「自分の物に『お』『ご』を付けて言うのは間違いか」などの問い合わせを放送現場から受けることがある。

そこで本稿では、放送における美化語のありようを考えるためのひとつの手がかりとして、実際の放送において、どのような美化語がどのような場面でのどのくらい使われているのか、その様相を具体的に捉えることにしたい。そのうえで、放送を担うアナウンサーがどのような意識で美化語を使い、また視聴者は、どのような意識でその美化語を受け止めているのか、それぞれのインタビューを通して分析し、放送における美化語の適切な使用のあり方を考察する。

2. 「お」「ご」の整理と問題点

はじめに、「お」「ご」の付くことばを整理しておきたい。敬語接頭辞「お」「ご」が付く敬語としては、美化語のほかに尊敬語と謙讓語がある。「お」や「ご」が付くことばが、美化語であるのかどうかは、そのことばだけでは判断できない。

ア) 先生からいただいたお手紙

イ) 先生にお送りしたお手紙

ウ) お手紙の書き方講座

上記の例では、すべて同じ「お手紙」が使われているが、ア)は、立てるべき相手である先生が書いた手紙であることから「尊敬

語」、イ)は、手紙の送り先である先生を立てる「謙讓語」、そしてウ)が「手紙」ということばをきれいに表現する「美化語」ということになる。このように、その語が美化語であるかどうかは、その語が使われた人間関係や文脈などから判断する必要がある。

また、美化語といわれる語の中にも違いがある。まず、i) 常に「お」「ご」が付いた形で通常語として使われる語と、ii) 「お」「ご」が付く形も付かない形もあり、どちらも同じ事物を指す語として使われるものがある。

前者 i) には、a) 「おかず」「ごはん」などのように「お」「ご」が付かないと意味をなさない語もあれば、b) 「おなか」「おにぎり」のように「お」がないと別の意味になる語がある。こうした語は、ことばをきれいにする意識なく使われるので、美化語由来ではあるがもはや通常語になったことばともいえる³⁾。

一方、後者 ii) は、例えば、「お弁当」に対して「弁当」があるように、「お」「ご」が常に付く語と付かない語で、丁寧さに対比がある語として捉え得るものである。この中にも、c) 「お茶」「お菓子」などのように「お」「ご」が付いた形が一般的に広く定着しているものと、d) 「お花」「お料理」などのように、「お」を付けるかどうかには、場面差・個人差・男女差があるものがある。

一般的に、「お」は和語に、「ご」は漢語に付きやすいが、例外もある⁴⁾。世の中の多くの敬語本では、外来語には付かないのが基本とされるが、「おビール」「おトイレ」など使われているものもある⁵⁾。

どの語に「お」「ご」を付けるか、あるいは付けないかといった語感には、性別・年代・地域・生育環境などによって個人差がある。

『お』『ご』についての抵抗感は、それぞれの人によって異なり、また同じことばでもそのことばの使われた場面（話し手、聞き手、その関係などを含む）の違いによって異なり、さらに、そのことばの使われていた時の一連のことばづかひのていねいさの中でのバランスなどによっても異なってくる」（菅野謙・竹田スエ1974）ため、放送で美化語をどのように使うべきかの判断は非常に難しい。

3. 美化語に関する先行研究

どのようなことばに「お」「ご」が付くのかについての語彙的な研究としては、柴田武（1957）、田中章夫（1972）などがある。また、文化庁による「国語に関する世論調査」では、これまで2回（1997年、2006年）にわたって、「実際の発話における『お』の付け方」について尋ねている⁶⁾。こうしたデータなどをもとに分析した井上史雄（2009、2010、2011、2012a、b）の一連の研究では、増加傾向にある「お」の付くことばは、30代女性が先導する言語変化であり、近世以来の長期の歴史の変遷過程の中に位置づけられるとし、将来も長期にわたって続くと推測している。

一方、放送の中の美化語に関する調査も行われ（田中浩史・山下洋子（2009）、塩田雄大・滝島雅子（2013）、塩田雄大・井上裕之・滝島雅子（2015）など）、主に量的なアンケート調査によって、個別の美化語についての視聴者の意識やニュースの中の使用などについて傾向を探ってきた。今回は、ニュース以外の、伝え手にとって比較的表現の自由度が高い番組での美化語の使用を観察し、具体的な文脈や場面での美化語について、実際に美化語を

発話するアナウンサーと、それを受け止める視聴者双方の意識を質的に探ることで、日本語のコミュニケーションにおける美化語の役割や放送メディアにおける美化語の使用の方向性を探る。

4. 調査の概要

今回の調査は、情報番組『あさイチ』（NHK総合テレビ（月～金）午前8時15分～9時54分放送）を対象とした。その理由として、今回は、ニュース以外の番組での使用を観察するのが目的であること、『あさイチ』は情報番組の中でも、スタジオトーク・中継・VTRリポート・インタビューなどテレビ的な演出がそろっていること、取り上げるテーマが社会問題、政治の話題から、エンターテインメント、生活実用情報まで幅広いこと、出演アナウンサーがバランスよく男女で複数名いることなどがある⁷⁾。今回は、『あさイチ』での美化語の使用実態調査「出演アナウンサーへのインタビュー調査」「視聴者へのグループインタビュー調査」の3つの調査を行った。以下、その概要を説明する。

調査対象の番組として、まず、『あさイチ』10回の放送を視聴し、どのような美化語がど

表1 インタビュー調査に協力したアナウンサー一覧

アナウンサー	性別	年代	出身地
M1	男性	30代	神奈川県
M2	男性	30代	神奈川県
M3	男性	40代	大阪府
F1	女性	30代	兵庫県
F2	女性	30代	静岡県
F3	女性	30代	福岡県
F4	女性	40代	大阪府

表2 調査の概要

調査方法	グループインタビュー	
調査対象者	20～60代男女（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県在住）	
グループ数	6グループ（1グループ6人×6グループ、計36人）	
対象者条件	G1【20～30代未婚女性】未婚はフルタイム有職者。既婚は主婦，パート可	<ul style="list-style-type: none"> ・「敬語の使い方」に対して関心がある ・ふだんする趣味活動の項目で「読書」が挙がる ・ふだん1日あたり30分以上テレビをみる ・フルタイム有職者は「非正規」含む ・学生は対象外
	G2【20～30代未婚男性】フルタイム有職者	
	G3【40～50代既婚女性】職業不問	
	G4【40～50代既婚男性】フルタイム有職者	
	G5【60代既婚女性】職業不問	
	G6【60代既婚男性】職業不問	
調査日程	2017年8月3日（木）～5日（土）	
調査時間	1グループあたりおよそ2.5時間	

のような場面で使われているのかを調べた。『あさイチ』の2017年度ははじめとなる4～5月初旬の放送分から、内容に偏りが出ないように、アトランダムに10回を選んだ。

続いて、視聴した番組の中から、美化語が使用されているいくつかのシーンを選び、実際にその美化語を発話したアナウンサーおよび番組にレギュラーとして出演しているアナウンサーを対象に、美化語の使用意識についてインタビューを行った（6～7月）。調査に協力したアナウンサー（7人）は表1のとおり。

視聴者側の意識は、男女別・年齢別の6グループ（各6人）へのグループインタビューを行い調査した。グループインタビューの概要は表2のとおりである。8月3日（木）から5日（土）にかけて、調査会社に登録している東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県に在住の20～60代の男女社会人36人を対象に実施した。

5. 調査結果

調査を通して、ニュース以外のフリートーク中心の情報番組で美化語がどのように使用されているか、その状況の一端が捉えられた

と同時に、アナウンサーの多様な使用意識や、視聴者の受け止め方、放送上の今後の課題などが浮かび上がった。以下、結果を報告する。

5.1. 『あさイチ』での美化語の使用

調査対象の10回の『あさイチ』から抽出された美化語とその数は、表3のとおりである。

1回の放送で平均44.1語、18.4種類の美化語が使われていた。『あさイチ』の放送時間は1時間39分なので、およそ2分に1度の割合で美化語が使われていることになる。美化語を極力使用しないニュースと異なり、情報番組では頻繁に美化語が使われている印象である。

また、これらの美化語を第2章で述べた分類に当てはめると、表4のようになった。「d）『お』『ご』を付けるかどうかについて、場面差・個人差・男女差があると思われるもの」が多いという結果になった。

美化語が使われる場面を見てみると、生活に関する場面、特に飲食に関する場面で美化語が多く使用されていることがわかった。このことは、柴田武（1957）が食事に関する語には付きやすいとした結果と合致する。また、敬語接頭辞には、主に「お」と「ご」がある

表3 『あさイチ』で使われていた美化語とその語数

放送日 (内容)	延べ語数	異なり語数	美化語
① 2017年4月5日 (水) (特集「アラフォーからのおしゃれ」, 「お願いあさイチ」, 中継, 料理コーナー)	35語	17語	おしゃれ・おへそ・おなか・お守り・お地味・お願い・お手紙・お礼・お手伝い・お料理・お悩み・おなべ・お肉・お好み・お酒・お砂糖・お水
② 2017年4月7日 (金) (プレミアムトーク「浅丘ルリ子」, 中継, 園芸コーナー)	59語	18語	おしゃれ・お宝・お食事・お洋服・おちゃめ・お洋服入れ・お供え用・お花畑・お花・お刺身・お芝居・お水・おすすめ・お野菜・お隣・お団子・お年寄り・お菓子
③ 2017年4月14日 (金) (特集「行って応援!南阿蘇 (中継)」)	38語	20語	おふ・お菓子・お水・お花・ごはん・おかず・お米・おしゃれ・お湯・お風呂・お味・お野菜・お肉・お料理・お取り寄せ・おうち・お口・お店・お互い・お隣
④ 2017年4月20日 (木) (JAPANAUI「神奈川県真鶴町」, 特集「子どものごはん」, 「旅行トラブル」, 中継, 料理コーナー)	40語	21語	お金・お友達・お魚・お宝・御林 (おはやし)・お社 (やしろ)・お弁当・おうち・お肉・ごはん・お店・お金・お米・お皿・お弁当箱・お悩み・お砂糖・お好み・お酢・お勉強・おおすすめ
⑤ 2017年4月21日 (金) (プレミアムトーク「木村拓哉」, エンターテインメント情報, 中継, 園芸コーナー)	34語	14語	おおすすめ・お茶・お代・お決まり・お芝居・お互い・お祝い・お魚・お花・お庭・おうち・お昼・お得・お時間
⑥ 2017年4月24日 (月) (特集「がん検診」, 「熊本地震の被災地レポート」, 中継, 料理コーナー)	32語	15語	お悩み・お金・お久しぶり・お墓・お世話・お花・お料理・お水・お肉・お砂糖・おだし・おふ・お豆腐・およそ・おうち
⑦ 2017年4月26日 (水) (特集「養子・里親制度」, 「渋滞回避情報」, 中継, 料理コーナー)	43語	19語	お世話・おうち・お悩み・お白湯・お白湯さん・おなか・お部屋・お茶・お通し・ごはん・お味・お鍋・お酒・お酢・お肉・お砂糖・お湯・お水・お好み
⑧ 2017年4月27日 (木) (特集「親の介護」, 「シリアレポート」, 中継, 料理コーナー)	23語	10語	お時間・お茶・お友達・お風呂・おしゃれ・お悩み・お肉・お弁当・お野菜・おうち
⑨ 2017年5月1日 (月) (特集「桜えび」, 中継, 料理コーナー)	60語	28語	おうち・お料理・おみそ汁・お刺身・お肉・お湯・おこげ・お米・おむすび・お弁当・おねぎ・おそば・お餅つき・お雑煮・お餅・お赤飯・お肌・お抱え・お野菜・お隣・お肉・お味・お魚・お弁当・お酒・おしょうゆ・お好み・お悩み
⑩ 2017年5月2日 (火) (スゴ技Q「スーパー銭湯」, 中継, 料理コーナー)	77語	22語	お金・お仕事・お風呂・お気に入り・お肉・お店・お湯・おなか・お食事・お買い物・おなじみ・お隣・お砂糖・おうち・おしょうゆ・おなべ・お水・お好み・お豆腐・お休み・お手紙・お誕生日
合計	441語	184語	

が、田中章夫 (1972) が確認したように、圧倒的に「お」が付く語が多いことが確認できた。また、「おおすすめ」「お取り寄せ」のような、動詞が名詞化してできた美化語の使用も目立った (表4中の下線の語)。こうした語は、もともと尊敬語や謙譲語であるが、多用されているうちに、次第に美化語化した語として注目される。

5.2. アナウンサーへのインタビュー調査

では、こうした美化語をアナウンサーは、どのような意識で発話しているのだろうか。今回、インタビューを行った『あさイチ』担当の7人のアナウンサーの美化語使用意識をまとめたのが、表5 (33ページ) である。インタビューの内容から、美化語の使用意識は大きく2つに分けることができる。1つは、「人間関係や場に配慮して伝えたい」という「待遇意

表4 『あさイチ』の美化語の分類

i) 常に「お」「ご」が付いた形で使われる語	a) 「お」「ご」が付かないと意味をなさない語	おなか・ごはん・おかず・お通し・お代(だい)・ <u>お抱え</u> ・ <u>お気に入り</u>
	b) 「お」「ご」がないと別の意味になるもの	<u>おむすび</u> ・おしゃれ・ <u>お決まり</u> ・御林(おはやし)・ <u>お守り</u>
ii) 「お」「ご」が付いた形も付かない形も、同じ意味として使われる語	c) 「お」「ご」が付いた形が普通語として定着していると見られるもの	お菓子・お湯・お茶・お金
	d) 「お」「ご」を付けるかどうかについて、場面差・個人差・男女差があると思われるもの	おへそ・お地味・お手紙・お礼・お料理・おなべ・お肉・お酒・お砂糖・お水・おふ・お花・お花畑・お米・お風呂・お味・お野菜・おうち・お口・お隣・お友達・お魚・お宝・お社(やしろ)・お弁当・お弁当箱・お店・お皿・お酢・お勉強・お芝居・お互い・お庭・お昼・お得・お時間・お久しぶり・お墓・お世話・おだし・およそ・お豆腐・おみそ汁・お刺身・おこげ・おねぎ・おそば・お餅つき・お雑煮・お餅・お赤飯・お肌・おしょうゆ・お仕事・お食事・お買い物・お誕生日・お洋服・お洋服入れ・おちゃめ・お供え用・お団子・お白湯・お白湯さん・お年寄り・ <u>お願い</u> ・ <u>お手伝い</u> ・ <u>お悩み</u> ・ <u>お好み</u> ・ <u>お取り寄せ</u> ・ <u>おすすめ</u> ・ <u>お祝い</u> ・ <u>おなじみ</u> ・ <u>お休み</u>

識)⁸⁾であり、もう1つは、「自分をどのように見せるか」(自己演出)や「事物をどのように見せるか」(事物の美化)といった「美化意識」⁹⁾である。また、こうした意識に加えて、「その語の使用傾向や慣用」や「伝達効果上の工夫」に関する意識、「過剰敬語を避けようとする規範意識」なども影響していることがわかった。

① 待遇意識からの美化語

アナウンサーが番組の中で美化語を使用するときの意識としては、まず「待遇意識」を挙げることができる。すなわち、アナウンサーは、視聴者はもちろん、直接伝えるスタジオの出演者や、その事物に関係する第三者(例えば、「料理の作り手」や「作品の作者」のような立場)、そして伝える場面への配慮といった「待遇意識」から美化語を使っていることがわかった。個々のインタビューを分析すると、「待遇意識」は、相手や第三者に配慮して「丁寧に伝えたい」という意識のほかに、「共感」「親

近感」「感謝」などのさまざまな気持ちとともに現れることがうかがえる。

例えば、特集「行って応援! 南阿蘇(中継)」〈2017年4月14日(金)放送〉(写真1)では、「お肉」「お野菜」という美化語が多用されているが、その理由について、使用したアナウンサーは以下のように述べている。

「取材で南阿蘇に実質1か月ぐらいいたんですが、そのときに直売所で農家や酪農家の方にお会いして、地震のあと作物を作れる喜びを話していたのが印象に残っていて、そういう人の気持ちがこもったものを簡単に『肉』とか『野菜』とは言いたくないなっていうことでしたね」(M2)

インタビューから取材を通して生まれた被災地や被災者(生産者)という第三者との関係性から、地元でとれる「肉」や「野菜」について、共感を持って丁寧に伝えたいという意識が生まれ、「お肉」「お野菜」という美化語を使ったと考えられる。

写真1



〈2017年4月14日(金)放送の『あさいち』より〉

アナウンサー：早く皆さん戻ってきてください。

お肉、このあと、ご紹介しますよ。

キャスター：○○さん、好きな**お肉**ですよ。

アナウンサー：…牧草をたくさん食べられるので、おいしい**お肉**になるのが、このあか牛なんですけど…

また、特集「アラフォーからのおしゃれ」〈2017年4月5日(水)放送〉(写真2)で、女性の体型の説明に「おへそ」「おなか」などの美化語を使ったアナウンサーは、

「女性を対象にした企画だったので、女性がよく使うことばを意識して『おへそ』と言うことで、親近感を持ってもらうことを期待した」(F3)

写真2



〈2017年4月5日(水)放送の『あさいち』より〉

アナウンサー：…こういう人はおへそよりも下に脂肪がつく傾向があるといいます。もう1つは、**おなか**も腰回りも全体的にボリュームがあるタイプ。…

と述べている。伝える視聴者が女性であることを意識して、親しみを持ってもらいたいという気持ちから美化語を使ったことがうかがえる。

ほかにも、「相手に対してやっぱり丁寧に言うときに使う。『お味は、どうですか』のほうが、その相手をちゃんと考えて言っていますというワードになる」(F1)、「丁寧さが求められる場面では、『失礼』『つっけんどん』に聞こえないように『お』を付ける」(M1)など、インタビューを通して、アナウンサーがさまざまな待遇意識から美化語を使用する様子が観察できる。

② 美化意識からの美化語

美化語本来の意識ともいえる「美化意識」、すなわち「物事をきれいに表現し自分の品格を保持する」という性質に即した意識(美化意識)も観察された。その中で最も多かったのは、「丁寧な人だと見られたい」「乱暴な人だと思われたくない」など、「自身がどう見られたいか」という自己演出の意識である。

例えば、中継コーナー〈2017年4月5日(水)放送〉の冒頭では、アナウンサーが男性リポーターとの掛け合いで、「(○○リポーターは)『お料理』とかしないんですか」と質問しているが、美化語の「お料理」を使ったことについては、「若いリポーターに対して上から目線に見えないように、また、『お料理』って言ったほうが高齢層に印象がよく、丁寧な人と思われるんじゃないかと思い使用した」(F4)と述べている。ほかにも、「『お』とか『ご』がうまく付いているほうが聞こえ方として柔らかくなり、良い印象を与える効果につながる」(M2)など、「自身がどう見られるか」を意識しながらアナウンサーが放送で美化語を使用する姿勢がうかがえる。

表5 アナウンサーの美化語使用（不使用）意識

カテゴリー	分類	アナウンサーの美化語の意識	
待遇意識	相手への配慮	相手に敬意を示したい	
		相手に共感を示したい	
		相手に親近感を示したい	
		相手に対して丁寧に伝えたい	
		子どもに対して優しく伝えたい	
		女性に対して柔らかく伝えたい	
	第三者への配慮	悪感情のことばを柔らかく伝えたい	
		▲「お」を付けないことで親しさを示したい	
		関係する人物への敬意を示したい	
場への配慮	関係する人物への感謝の気持ちを示したい		
	関係する人物への親近感を示したい		
	関係する人物への共感の気持ちを示したい		
美化意識	自己演出に関する意識	関係する人物に配慮して丁寧に伝えたい	
		放送では丁寧に言いたい	
		会話では「お」を付けたほうがいい	
		▲放送では「お」を付けないことで客観的に伝えたい	
		事物の美化に関する意識	「冷たい人」と見られたくない
			「乱暴な人」と見られたくない
	「丁寧な人」と見られたくない		
	「下品な人」と見られたくない		
	良い印象を与えたい		
	「女性らしさ」を演出したい		
	伝達効果に関する意識	▲上品さの過剰演出と見られないよう「お」を付けない	
		▲「女性らしさ」を感じさせないよう「お」を付けない	
対象となる事物に「特別感」を加えたい			
対象となる事物に「柔らかさ」を加えたい			
対象となる事物に「面白さ」を加えたい			
対象となる事物に「手作り感」を加えたい			
使用傾向や慣用に関する意識	▲特別な意味を加えないように「お」を付けない		
	音声上の配慮		
	意味上の配慮		
敬語に関する規範意識	表現上の配慮		
	個人の使用傾向		
	社会での慣用		
乱用に関する規範意識	放送上の慣用		
	乱用の回避への意識		
	▲「お」の連続を回避したい		

注) ▲は、美化語を使わない意識を表す

また、特に女性の中には、「“ぶりっこ”と思われないように、野菜に『お』は付けない」(F2)と述べるなど、“女性っぽさ”が必要以上に伝わることを避けるため、逆に「お」を付けないようにしようとする意識も見られた。

そして、「美化意識」の「自己演出」以外の現れとして、「事物の美化」、すなわち「対象の

事物に特別な意味を加え印象的に伝えようという意識」についても複数のアナウンサーが述べている。

- 「『お肉』は、『いい肉だ』と言うための『お』。『お野菜』も、『おいしい野菜』という意味を含ませるために言う」(M1)

- 『『あのお店おいしかった』のように、おいしかったとか、いい評価のときには、『お店』と言う。悪い評価のときは『お』を抜く』(F4)
- 『『お弁当』のほうが(『弁当』より)作り手が愛情を込めて手作りしたイメージ』(F1)
- 『『“お肉”がね、付いてきちゃったのよ』などダブルコーテーションマークを付けるような感覚で贅肉を自虐的に言うときには使う』(F2)

一般的に、「お」には「きれい」という語感があり、それが「かわいい・柔らかい・小さい」などの語感とつながる(川口義一 2016)¹⁰⁾。アナウンサーへのインタビューから、話者が美化語を使うときには、こうした「お」のさまざまなニュアンスを乗せて伝えていることがわかる。

③ その他の影響を与える要素

以上のような中心的な意識以外にも、美化語の使用に影響を与えるいくつかの要素が観察された。

i) 放送上の伝達効果

放送上の伝わりやすさを意識して美化語を使用することがあると、複数のアナウンサーが述べた。

- 『『酢』は放送で自分でレポートする場合は聞きやすいように絶対『お』を付ける』(F3)
- 『『湯』だと音声的にわかりにくい感じがする』(F4)
- 『『風呂』も聞き取りづらいので、『お風呂』と言う。『風呂』よりは、『お風呂』が聞きやすい』(F3)

上記のようにアナウンサーは、放送の伝え手として、「酢」「湯」のような1音節の語や、「風呂」のような語頭がハ行音などの聞き取りにくい語に関して、「お」を付けて補強し聞き取りやすくする工夫をしていることがわかる。また、「自分が料理コーナーをやってみると、『お』を付けたほうがテンポが出る」(M2)など、伝えるうえでのリズムやテンポに関する意識を語るアナウンサーもいた。

ii) 個人の使用傾向と社会の慣用

その美化語が自身にとってどのくらいなじみがあるか、また、社会の中でどのくらい使われているかという点も、美化語を使用するかどうか、アナウンサーが判断する基準として働くこともわかった。

- 「ふだんの会話では『お弁当』と言う」(F1)
- 「普通に誰かに説明するときは『おへそ』と言う。『へそ』と言うのは、『へその緒』ぐらい」(M1)
- 「野菜は98%『お野菜』と言う」(F4)

このようにアナウンサーには、それぞれ自分の中の使用傾向がある。この傾向は個人によって多少異なり、今回の調査対象語では、「お弁当」「お米」は、ふだんから「お」を付けて言う点でほぼ全員が一致したが、「お野菜」「お料理」「お花」などでは意見が分かれた。インタビューから、こうした「自身の使用傾向」は、放送の場で美化語を使用するかどうかを判断する場合でも、ある程度影響することもわかった。

一方で、実際に放送で美化語を使うか否かには、こうした個人の使用傾向に加えて、そ

の美化語が社会の中でどのくらいよく使われているかという点も考慮する必要があると、アナウンサーは考えている。

- 「『お酢』とか『お肉』は、もうそれが丁寧語だという意識もなく定着している」(M1)
- 「『お取り寄せ』は、すでに1つのことばとして使われている」(F3)
- 「『お金』は、もう『お金』という語としての使い方が定着している」(F2)

このように社会の中での美化語の慣用を見極めようとする意識も目立ち、個人の使用傾向と社会の慣用から、美化語を使うか否かを判断する様子が見える。

特に「お社(やしろ)」などの神仏関係の美化語については、「伝統的に、むげに扱ってはいけないもの」(M2)と述べるなど、社会的な慣用に従ったほうが良いという考え方が目立った。

iii) 「お」「ご」の乱用に対する規範意識

このほか、アナウンサーに特徴的な美化語の意識としては、「お」や「ご」の付けすぎを避けようという意識が目立った。

- 「なんでもかんでも『お』を付けている感じにならないように気を遣う」(M3)
- 「『お』はあまり使いすぎても良くないと、常に意識している」(F3)

いずれも、美化語が多用される傾向を認識しつつ、放送では過剰敬語にならないようにすべきだという規範意識が見える。

一方で、以下のような声もあった。

- 「『お』が多くなると耳障りだろうと思うので、意識的に付けないときの線を引きたいと思うが、ゲストにつられて付けてしまうことも多い」(M2)
- 「進行や情報の提示の仕方など、アナウンサーの役割によっても変わる。アナウンサー然としていると面白くない部分もあるので、ある程度その雰囲気や出演者に合わせる場合もあるが、それに傾倒しすぎると、視聴者が違和感を抱く場合がある」(F1)

番組を進行する中で、判断の難しさに苦労するアナウンサーの姿が浮かぶ。

5.3. 視聴者へのグループインタビュー

では、番組の中で使用されている美化語を視聴者はどのように受け止めているだろうか。その主な受け止めの意識をまとめたのが表6である。これを見ると、視聴者は、美化語を通して、伝え手側(アナウンサー)の配慮や事物に込めたニュアンスをおおむね受け止めている一方で、「『お』を付けすぎることへの違和感」や、逆に「『お』を付けないことへの抵抗感」、また使われ方によって「性別による違和感」を抱く傾向があることがわかった。

① 伝え手側の配慮や

事物に込めたニュアンスの受け止め

アナウンサーが視聴者やゲストなど相手に配慮して丁寧に伝えようとした美化語が、良い印象として伝わっていることは以下のインタビューなどからうかがえる。

- 「『お肉』『お料理』と、丁寧に言っていた」(60代男性)

表6 視聴者の美化語の受け止め意識

カテゴリー	分類	視聴者の受け止め意識	印象	対象語		
待遇意識の受け止め	相手への配慮	相手に対して敬意を示している				
		相手に対して丁寧な言い方をしている				
		子どもに対して優しく伝えている				
		女性に対して優しく伝えている				
		(悪感情の事柄を) 柔らかく伝えようとしている				
		丁寧と話そうとしすぎてごこちない	↓	お花の連続		
	第三者への配慮	関係する人物への親近感を表している				
		関係する人物への敬意を示している ▲関係性が遠い人物に関することは「お」を付けずに伝えている				
	場への配慮	会話場面なので「お」を付けている				
放送なので「お」を付けている ▲放送で「お」を付けず客観的に伝えようとしている						
美化意識の受け止め	伝え手の印象	上品な印象だ				
		過剰に自分をよく見せようとしている	↓	お花の連続		
		本人のキャラクターに合っていて違和感がない				
		本人のキャラクターと合わず、わざとらしい	↓	お花 (男性)		
		▲「お」がないと「きつい」印象だ	↓	弁当		
		▲「お」がないと「冷たい」印象だ	↓	肉		
		▲「お」がないと「乱暴な」印象だ	↓	弁当, 墓		
	対象の事物の印象	「お」が付くとそのことばが強調される				
		「お」が付くと「高級な」印象だ				
		「お」が付くと「おいしそうな」印象だ				
		「お」が付くと「食材」の印象が強くなる				
		「お」が付くと「手作り感」が出る				
		「お」が付くと「親身になっている」印象だ				
		「お」が付くと「面白い」印象だ				
		「お」が付くと「豪華な」印象だ				
		「お」が付くと「くれた」印象だ				
		「お」が付くと「軽い」印象だ	↓	お悩み		
		「お」が付くと「皮肉な」印象だ	↓	お地味		
		▲「お」がないと「生々しい」印象になる	↓	肉		
		▲「お」がないと「業務的な」印象になる	↓	弁当		
		使用傾向や慣用に関する印象	個人の使用傾向	自分の使い方と同じで違和感がない		
				自分の使い方と違って違和感がある 一般的に普通語として使われている	↓	お地味, お悩み
放送上の慣用	神仏への敬意を表している					
男女差に関する印象	男性への印象	男性が「お」を付けたとおかしい	↓	お花		
		男性が「お」を付けてもおかしくない				
		男性が「お」を付けなくてもおかしくない				
	女性への印象	男性が「お」を何度も使うとおかしい ▲女性が「お」を付けないとおかしい	↓ ↓	お花, お肉 弁当		
敬語に関する印象	乱用に関する印象	「お」を連続して使うと違和感がある	↓	お肉, お花		
放送に関する印象	表記に関する印象	▲文字スーパーには「お」はなくてもいい				
	アナウンサーに対する印象	アナウンサーは「お」を付けて丁寧に伝えるべきだ				

注) ▲は「お」が付かないときの印象。視聴者がマイナスの印象を抱いた項目に ↓ を付け、対象となった美化語を表示した。

- 「若い男の人だと『花』と言おう。(『お花』と言っているのは)丁寧さを心がけて言っているのかな」(30代女性)
- 「子どもたちの前では『お弁当』, 淡々と説明するときは『弁当』と分けて言っていた」(60代男性)
- (「お悩み」に関して)「相手が気分を書さないよう柔らかい言い方をしている」(50代女性)

また、伝え手が「お」を付けることによって事物に加えたさまざまな「美化」のニュアンスも伝わっていた。

- 「『肉』より『お肉』のほうが高級感がある」(60代男性)
- 「『お肉』のほうがおいしそう。柔らかい雰囲気でも肉も柔らかそう」(50代男性)
- 「『お弁当』はお母さんの手作り」(60代男性)
- 「『お花』のほうが豪華。『花』だとそこら辺に生えている感じ」(20代女性)

美化語がおおむね良い印象で受け止められている背景には、公共放送や出演しているアナウンサーへの「敬語を不足なく使ってほしい」という期待が見え隠れする¹¹⁾。

- 「テレビはいろいろな年代の人が見ているから、誰が聞いても汚いことばや乱暴なことばじゃいけないと思う」(50代女性)
- 「アナウンサーなので、丁寧に伝える意味で『お』を付けるべき」(40代男性)
- 「視聴者にちゃんと伝えるには、ちゃんとした敬語も必要」(30代女性)

テレビは公共性が高く、老若男女の幅広い

視聴者を対象としているため、丁寧で品がある態度が期待されているが、美化語はその丁寧さ、上品さを示す指標として受け入れられているといえそうだ¹²⁾。

②「お」を付けすぎることへの違和感

しかし一方で、美化語を過度に使用することが、逆に、マイナスの印象につながることもわかった。

例えば、観葉植物について伝えた中継(2017年4月24日(月)放送)(写真3)で、男性リポーターが「お花」を連続して使用したことについては、年代・性別にかかわらず、違和感を訴える人が目立った。

写真3



〈2017年4月24日(月)放送の『あさイチ』より〉

男性リポーター：こう、お花が駄目になってしまったら、このように抜いて、ほかのお花、こちら、ダリアをこのように入れて、また雰囲気も変わりますね。

- 「お花を強調しすぎて女子っぽい」(20代女性)
- 「男性が『お』を付けると女性的で違和感」(50代女性)
- 「『お花』『お花』と、ずっと聞いているとくどい」(40代男性)
- 「リポーターのしゃべり方全般に、ちょっとわざとらしい感じがした。この年代が『お花』

と言うと、台本を読んで言わされている感じ」(60代男性)

一部には、「このリポーターが言うとうわりと自然」(30代男性)など、キャラクターに合っていれば気にならないといった意見や、「女性を含め、広範囲の視聴者を想定しているのかな。柔らかい印象」(60代男性)などの肯定的な受け止めもあるものの、過度に美化語を多用すると、特に発話者が男性の場合、視聴者の違和感につながりやすいことがわかった。

③「お」を付けないことへの抵抗感

この美化語多用への視聴者の違和感とは正反対に、語によっては、アナウンサーが「お」を付けない(美化語を使わない)ことに対して、視聴者が非常に強い抵抗感を持つことも今回改めて確認できた。

例えば、企画リポート「子ども向け配達弁当」(2017年4月20日(木)放送)(写真4)での美化語の使い分けについて、アナウンサーと視聴者の意識に違いが見られた。アナウンサーは、スタジオでの説明の際には、美化語の「お弁当」を使用しつつも、VTRでは、「お」の多用を避けたいという意識から、「弁当」を使用した。

これに対して、男性層の一部と、40代以上の女性の視聴者の中には、強い違和感・抵抗感を述べる人が目立った。

- 「せっかく愛情がこもったお弁当なのに、『お』を付けないのはお弁当がかわいそう。女性アナが『弁当』と言うたびに違和感があった。業務的で冷たい感じ」(40代女性)
- 「『お弁当』と『弁当』が混在しているのがしっくりこなかった」(40代女性)

写真4



(2017年4月20日(木)放送の『あさイチ』より)

アナウンサー

(スタジオ)：…それが手作りのお弁当を宅配するというものなのですが、宅配する場所は家ではないんです。

(VTR)：午後4時、夕食用の弁当が届きました。

- 「女性が言っていたから、『お』が付かないと良くない。男性とは違う」(60代女性)
- 「女性が『弁当』と話すのが、ちょっと乱暴、粗野な言い方かな」(60代男性)

「お弁当」は、文化庁の「国語に関する世論調査」(2006)では、女性の76.4%(全体51.6%、男性24.1%)が「ふだん『お』を付けて言う」と答えている。また、文研の調査でも、7割を超える人が「放送で『お』を付けてよいことば」と捉えている(塩田雄大・井上裕之・滝島雅子2015)。こうした、「お」「ご」が付いた形が通常語となっている語については、「お」がないことは受け手にとって不自然であり、「お」を付けずに使用した場合に相手に与えるマイナスの印象が大きくなる。特に女性では一般的に「お弁当」を通常語として使う傾向が強いため、「女性の伝え手」が「女性の視聴者」に対して「お」を付けずに「弁当」と言うことの違和感はさらに大きくなると想像できよう。

④ 男女差と強く結びつく美化語

ここまでも触れたように、視聴者が美化語を受け止める場合には、「女性は、美化語を使うべき」「男性は使うべきでない」といった話し手と性別を結びつけて捉える傾向が強い。性別を意識した視聴者の声としては、ほかに以下のようなものもあった。

- 「男性なら『へそ』でもいいが、女性は『おへそ』と言うべき」(30代女性)
- 「女性は『お花』と『お』を付けるのが一般的だと思うが、男性はどっちでもいい。逆に『お』を連呼されると耳につく」(60代女性)
- 「男性アナだと違うかもしれないが、女性だったら女性らしさを出したほうが聞くほうも心が落ち着くし、しっくりくる」(50代女性)
- 「もうちょっと丁寧に『お弁当』と言ってほしかった。女性で特にアナウンサーだったらなおさらかな」(30代男性)

美化語は女性のほうが多く使う傾向にあることは、これまでも指摘されてきた¹³⁾。今後も、女性が主導して「お」の付くことばが増え続けていくことが予想される。そうした中で、視聴者が美化語と性別を結びつけるのはもっともなことと思われる。放送のことばとして性差が必要以上に際立つのは控えたいが、話し手の性別によって、より違和感の少ないことばを選択することは、番組が視聴者から共感を得るためには重要である。「誰が誰に対して伝えるのか」という観点から、美化語の使用を判断していく必要があるだろう。

⑤ 神仏関係の美化語の受け止め

「お社(やしろ)」「お墓」といった神仏関係

のことばについても、視聴者に意識を聞いた。

まず〈2017年4月20日(木)放送〉の「JAPANA VI(神奈川県真鶴町)」の中で使われた「お社」については、以下のように、「神仏関連の語なので、敬意・畏敬の念から『お』を付けるほうがよい」と肯定する意見が大半を占めた。

- 「お社って神様を祭ってあるところだから、丁寧に言わないと罰が当たりそう」(20代女性)
- 「神聖なもので、神を祭っているから『お社』」(50代男性)
- 「『社』だと違和感がある。神様に対して、尊厳を示す言い方は『お社』だと思う。『社』とはちょっと言いづらい」(60代男性)

こうした考え方は、アナウンサーの意識とも一致している。

一方、同じ放送の中で使われた「源頼朝の墓」という、「お」を付けない言い方については、「源頼朝の墓など、身近でないものなら『墓』でいい」(50代男性)としつつも、「身近な人には敬意を込めて『お墓』と言いたい」(30代女性)など、自分との心理的距離が遠い存在なら「墓」でよいが、心理的距離が近い身近な人に対しては「お墓」が望ましいとする意見が大半を占めた。

井上史雄(2007)は、ほかに「お葬式」「お通夜」「お寺」「おさい銭」「お灯明」「お札(ふだ)」「おとそ」「お正月」を挙げ、こうした「古代風のタブー的敬語」の「お」は、「恐れ多いもの、あがめるべきものに付く」と説明している。こうした語は、「丁寧に」「上品に」述べようとする意識以前に、神仏への特別な感

情が関係しているため、ほかの美化語とは区別して考える必要がありそうだ。

6. テレビ特有の美化語表現の扱い

今回の調査では、テレビというメディア特有の新しい美化語のありようにも注目して、意識を探った。以下に報告する。

6.1. テレビを通して広がる美化語

テレビ放送の現場では、短い時間の中で、さまざまな情報を多くの視聴者に見てもらうため、印象的で、いわゆる“キャッチー”なことばの選択が求められる。そのため、日常会話とは違う美化語の用法が随所に見られる。今回の調査対象語の中の「お悩み」や「お地味」などもそのひとつである。こうした、テレビ特有の「美化語」は、テレビで頻繁に使われることで拡散し、新しい美化語として世の中に急速に広まる可能性を秘めている。一方で美化語の乱用につながる危険性もあり、使用にあたっては、注意が必要だ。伝え手と受け手の双方の意識を分析した。

① 使用が広がる新美化語「お悩み」

「お悩み」は、「お帰り」「お誘い」などと同様に動作性の名詞に接頭辞「お」が付いた尊敬語であり、基本的には「悩む」人を立てる言い方である。したがって「視聴者のお悩みに応えます」という場合は、視聴者に対する尊敬語ということになる。しかし、近年この「お悩み」はメディアを通して拡散され、「お肌のお悩み」「恋のお悩み」「育児のお悩み」などと社会で多用されていくうちに敬意が薄減し、美化語的な使われ方をするようになった一面もある¹⁴⁾。

た一面もある¹⁴⁾。

『あさイチ』においても、毎回番組の後半にある料理コーナー(写真5)をはじめ、随所に「お悩み」ということばが登場する¹⁵⁾。また、下記のような「お悩み募集」に関する番組からの呼びかけも多い。以下は、「がん検診」の特集の際の呼びかけである。

〈2017年4月24日(月)放送の『あさイチ』より〉

キャスター：きょうもFAX・メールで皆さんから、**がん検診**に関して、**疑問・お悩み・それから経験も含めてお寄せ**いただければと思います。

「お悩み」という語について、アナウンサーは、「『お悩み』は、“あさイチ語”。視聴者にも、共通言語として受け止められている(F2)、「お悩みは、皆さんから寄せられた悩みの総称」(M2)、「『悩み』は真剣で、『お悩み』は、ちょっと緩い感じ。使い分けしている」(F4)などと述べており、番組の中で常用するキーワードとして認められていることがわかる。

写真5



〈2017年4月20日(木)放送の『あさイチ』より〉

キャスター：きょうは、**どんなお悩み**ですか？
リポーター：**生姜焼きを作ったらお肉が硬く**なってしまう、**あまりおいしく**できませんでした、**というお悩み**です。

一方、視聴者は「よくメディアで目や耳にする表現」として受け入れているものの、「が

ん検診の『お悩み』募集」などの使い方に関しては、以下のような声もあった。

- 「『お悩み』という軽い印象」(30代男性)
- 「あまりシリアスじゃないことが『お悩み』。がん検診だから『お悩み』でもいいが、結果が末期だったら『お悩み』とは言えない」(40代女性)
- 「がん検診に『お悩み』はくだけた言い方」(60代男性)

「がん」のような深刻なテーマを扱う場合の「お悩み」には違和感を持つことがわかる。

一般的に敬語は、同じ語形を何度も使っているうちに効果が薄れ、敬意の度合いが下がっていく(「敬意逡減の法則」)。もともとは尊敬語の「お悩み」も、番組などで多用されているうちに敬意がすり減り、美化語化し、さらには新しいニュアンス(「軽さ」「くだけ」など)を伴う語に変化していく兆しが見える。その使い次第では、内容や場面に合致しないニュアンスが伝わることもあり得ることに留意しておきたい。

② ゆれる「お地味」のニュアンス

〈2017年4月5日(水)放送〉(写真6)の「アラフォーからのおしゃれ」の特集では、「お地味」という語が使われた。ゲスト(スタイリスト)の女性が発話した「お地味」ということばにアナウンサーが反応して繰り返し、面白く伝えようとした場面である。スタイリストという職業にとっての「お地味」は、接客を意識した尊敬語という色彩も強いが、ここでは、そうした意味合いを離れて、美化語として使われていると見ることもできる。

写真6



〈2017年4月5日(水)放送の『あさイチ』より〉

スタイリスト:こうちょっと普通っぽく、ちょっと一歩間違えとお地味に見えてしまう。

アナウンサー:「お・地・味! フォーマルなテイストの白シャツ。地味にならないためにはオシャレに着崩すのがポイントです。」

「お地味」は聞き慣れない表現であるため、視聴者は比較的印象深いことばとして受け止めている。しかし、それは以下のように、「インパクトがある」「優しい」「面白い」といったポジティブな印象と、「皮肉」「バカにしている」といったネガティブな印象の2つに大きく分かれた。

- 「インパクトを与えて強調させる意味合いが強い」(50代男性)
- 「『お』を付けて相手を傷つけないような優しさがちょっと出た」(60代男性)
- 「マイナスイメージをまろやかにするために『お』を使っていて面白い」(30代女性)
- 「すごい皮肉、ディスられてるみたい。言われたらちんとくる感じ」(20代女性)
- 「『お』を付けて丁寧の裏返しで、バカにしている感じがある」(40代男性)

こうしたインタビューからは、「お地味」が

視聴者に与える印象の内容は、ゆれ幅が大きいことがわかる。美化語の中には、「お」「ご」を付けると皮肉や茶化した表現になるものがある¹⁶⁾。「お地味」もその一例だと見られるが、こうした語は、「誰がどんな場面で使うか」によって、面白く伝わるか皮肉に伝わるかニュアンスが変わることに注意したい。

6.2. 発話と表記の受け止めの違い

放送に特有のことばの問題には、出演者の発話という音声的な問題とともに、「画面上の文字スーパーの表記をどのようにするか」という問題がある。最近では、逐語的に出演者の声を文字化することで視聴者にわかりやすく提示しようとする傾向が強いため、限られた時間と文字数の中で、ことばをどのように表記するかが問題となってくる。

写真7



〈2017年4月20日(木)放送の『あさイチ』より〉

アナウンサー

VTRコメント：御林には山の神のお社があります。毎月1日にお社の掃除をするのは、漁師たちの家族。

例えば、上記の場面(写真7)では、アナウンサーの発話では「お社」と言い、画面の表記では「社」となっており、美化語のコメントと画面表記の「ずれ」が見られる。

この問題について視聴者からは、「しゃべる日本語と、書く日本語は、違っていい」(50代男性)、「統一する必要はない。画面は視聴者にわかればいいので、『塩』でいい。だけど伝える側は『お塩』と言ったほうが丁寧」(20代男性)、『『葬式』など文字で表現するときは『お』をつけない。(話す)ことばのときは付けたほうがよいと思う」(60代男性)などの意見が出された。視聴者は、アナウンサーの話すことばと画面の表記を別々に捉えており、「ずれ」については、問題ないと考えていることがうかがえる。放送上の発話と表記の関係は、さらに検討が必要だが、今回のインタビューは、その参考意見として重要であろう。

7. テレビの中の美化語のこれから

今回の調査では、情報番組の『あさイチ』を対象に、放送の中の美化語に対する意識、アナウンサーと視聴者双方のインタビューから探った。

インタビューの結果から、以下のことがわかった。

- ・アナウンサーは、番組の場面ごとに人間関係や場にさまざまな配慮をし、自己や対象事物の効果的な見せ方を考える中で、美化語を使用したり控えたりしている。
- ・美化語を使うかどうかの判断には、自身の使用傾向や社会の慣用が影響している。
- ・視聴者もアナウンサーによる美化語をおおむね好意的に受け止めている一方、「お」の付けすぎや、逆に語によっては「お」を付けないことへの違和感を持つことがあり、その意識は性差と強く結びついている。
- ・全体的に視聴者は放送に美化語を期待する

気持ちは強く、アナウンサーもそれに応えようと情報番組では美化語を多用する傾向にある。一方で、過剰敬語は避けるべきだという規範意識を働かせて美化語の乱用を避け、全体として適切な使用を保っている。

調査対象の『あさイチ』では、スタジオトークや話しかけるスタイルのリポート部分、中継など、日常のコミュニケーションに近い場面で、美化語の使用が多く見られた。今回、具体的な放送場面の美化語について当事者の生の声を聴くことができたことで、美化語を使うときの考え方の一端を示すことができたのではないだろうか。

以下に、調査結果をもとにした運用上の留意点をまとめておく。

- ・ 美化語の中でも、「お」「ご」の付く形が一般的に通常語として定着している語（お茶、お菓子、お湯など）については、「お」「ご」を付けずに使用すると違和感につながるため注意する（ただし、ニュースなどは、あえて「お」「ご」を付けずに使用することもある）。
- ・ 美化語の「お」「ご」を付けるかどうかには男女差があり、また語によっても違う。誰が誰に対して伝えるのかを考慮して、「女性が付けられない違和感」、「男性が付ける違和感」がないかどうか留意する必要がある。
- ・ 過度に美化語を使用すると、特に発話者が男性の場合は、視聴者の違和感につながりやすいので注意する。
- ・ 神仏関係のことばは、放送の送り手も受け手も、社会的慣用に従って「お」「ご」を付けたほうがよいと考える傾向にあることを踏まえて判断する。

今後、運用の適切性をさらに見極めるためには、できるだけ多くの美化語を選び、一般的な使用傾向を探るなどの情報の積み重ねが課題となつてこよう。

現代敬語は、目の前の聞き手を重視し、対話や人間関係への配慮がより重視される方向にあるという（井上史雄 2017）。美化語の拡大もその一端に位置づけられる。今後、放送の中の美化語がどのように変わっていくのか、また、放送が美化語をどのように変えていくのか、さらに調査研究を重ねていきたい。

（たきしま まさこ）

注：

- 1) 文部科学省文化審議会答申(2007年2月)の「敬語の指針」では、敬語を「尊敬語」「謙譲語Ⅰ」「謙譲語Ⅱ」「丁寧語」「美化語」の5つに分類し、「美化語」とは「ものごとを、美化して述べるもの」としている。美化語には、「いただく（「食べる」の美化語）」「お高い」などもあるが、ここでは、主に名詞に「お」や「ご」が付いたものを扱う。
- 2) 「文話」とは、「文章と談話の総称」（蒲谷宏 2013）を指す。
- 3) このグループの美化語には、「おかず」「おでん」「おみおつけ」など、もともと「女房詞」だったものも多い。「女房詞」とは、室町時代初期頃から宮中や院に仕える女房が使い始めた隠語的なことばで、主に語頭に「お」を付けて丁寧さを表した。
- 4) 「菓子」「弁当」「天気」などは、漢語だが「お」が付く。
- 5) 日高貢一郎(2015)は、外来語に「お」が付く語の例を、7つの意味分野に分類しながら、14挙げている（おズボン、おニュー、おリボン、おソース、おビール、おトイレ、おタバコ、おコーヒーなど）。
- 6) 「国語に関する世論調査」（文化庁）は、1997年

と2005年に「ふだんの言葉遣い（「お」を付けるか、付けないか）」を尋ねている。2005年の調査では、15の調査語のうち、「お菓子」（73.3%）、「お酒」（56.9%）、「お米」（56.1%）、「お皿」（55.4%）、「お弁当」（51.6%）で、「お」を付ける人の割合が5割を超えた。

- 7) 視聴者のうち、主に主婦層をターゲットにしており、主なコーナーに、「特集」、「スゴ技Q」（クイズで伝える生活情報）、「プレミアムトーク」（著名人へのインタビュー）、「解決！ゴハン」（料理コーナー）、「JAPANAVI」（地域の情報を発信）などがある。
- 8) 蒲谷宏（2013）は、「待遇」とは「コミュニケーション主体（表現主体・理解主体）が、そのコミュニケーションにおいて、自己と他者との関係（上下親疎、立場・役割などの関係）—「人間関係」—をどのように認識し、位置づけようとするのか、自己がコミュニケーションを行う経緯（時間的位置）や状況（空間的位置）—「場」—をどのように認識するのか、という観点」だとしている。本稿ではこれを援用し、「表現主体であるアナウンサーが、人間関係や場に配慮して、美化語を使おうとする（あるいは、使わないようにする）意識」を美化語の「待遇意識」とする。
- 9) 「美化意識」の「美化」とは、美化語の性質の1つであるが、ここでは、「ものごとをきれいにする」だけではなく、広い意味で、自己や事物に特別な価値を付加する意識を示す。
- 10) 一方「ご」には、「立派な」という語感があり、それが「華麗な・壮大な・しっかりとした」などの語感につながる（川口義一 2016）。
- 11) 「視聴者が、自分が使う美化語よりも、アナウンサーが放送で使う美化語に対して、より大きな期待を抱いている」傾向は、田中浩史・山下洋子（2009）でも指摘されている。
- 12) 「放送局（特にNHK）のアナウンサーにより模範的な日本語を強く求める傾向」は、塩田雄大・太田眞希恵・山下洋子（2008）、田中浩史・山下洋子（2009）でも明らかになっている。
- 13) 2006年の「国語に関する世論調査」（文化庁）

では、15の調査対象語のすべてで、「お」を付けて言う割合は、男性より女性のほうが高かった。「お弁当」（男性24.1%、女性76.4%）、「お天気」（男性14.4%、女性44.8%）、「お皿」（男性35.6%、女性73.3%）、「お酢」（男性32.1%、女性56.2%）など。

- 14) ネット上では、「私のお悩み」として、自分のことに「お悩み」を使う例が見られることから、美化語化が進んでいる語と見ることができよう。最近では、「お仕事」を自分に使う人が増えている。「お取り寄せ」も、もともとは尊敬語だったものが商業的に流通することで美化語化し、意味が限定された（『三省堂国語辞典第七版』によると「①「取り寄せ」の美化語 ②おいしい食べ物を通信販売で取り寄せること。また、その食べ物」）。いずれも、尊敬語から美化語へ使用が広がった例と捉えられる。
- 15) 『あさイチ』の番組のコンセプトは、視聴者に対して「オーダーメイドの解決策」を提案すること（番組ウェブサイトより）である。そのために、番組の随所でさまざまな視聴者の「お悩み」が募集される。料理コーナー「解決！ゴハン」では、視聴者の「お悩み」が読まれ、それを解決するレシピが紹介される。
- 16) 菊地康人（1994）は、例として、「お入学」（一般に使われる尊敬語の「ご入学」をわざと使わず、皮肉やからかいを込めて使う言い方）、「ご大層」「ご乱行」「ご乱心」「おあいにく様」などを挙げている。

引用文献：

- ・井上史雄（2004）「近ごろ気になる敬語のはなし」『NHK日本語なるほど塾』（日本放送出版協会）
- ・井上史雄（2007）『その敬語では恥をかく！』PHP研究所
- ・井上史雄（2009）「言語変化の成人後採用—文化庁世論調査による「お」の系譜」『計量国語学』27-3
- ・井上史雄（2010）『「お」の使い分けにみる美化語の循環過程—「お使い分け」データの解釈—』『日本語の研究』6（4）
- ・井上史雄（2011）『経済言語学論考—言語・方言・敬語の値打ち』明治書院
- ・井上史雄（2012a）「美化語『お』の循環過程と幼児語の『お』」『明海大学外国語学部論集』24
- ・井上史雄（2012b）「美化語の『お』と幼児語『お』の全国分布」『明海大学大学院応用言語学研究』14
- ・井上史雄（2017）『新・敬語論 なぜ「乱れる」のか』NHK出版
- ・NHK放送文化研究所編『NHKことばのハンドブック第2版』NHK出版
- ・蒲谷宏（2013）『待遇コミュニケーション論』大修館書店p.5
- ・蒲谷宏・金東奎・高木美嘉（2009）『敬語表現ハンドブック』大修館書店p.34
- ・川口義一（2016）『もう教科書は怖くない！日本語教師のための初級文法・文型 完全「文脈化」・「個人化」アイデアブック 第1巻』ココ出版p.133
- ・菅野謙・竹田スエ（1974）「現代敬語と放送」『NHK放送文化研究年報』第19集（日本放送出版協会）（『放送用語論』（1975）再録）p.452
- ・菊地康人（1994）『敬語』角川書店
- ・塩田雄大・太田眞希恵・山下洋子（2008）「平成19年度『ことばのゆれ』調査」『放送研究と調査』58-6
- ・塩田雄大・滝島雅子（2013）「『日本語は乱れている：9割』時代の実相～日本語のゆれに関する調査（2013年3月）から②～」『放送研究と調査』63-10
- ・塩田雄大・井上裕之・滝島雅子（2015）「“お赤飯”“ひと段落”“ロケットが打ち上がる”はおかしいですか～2014年「ことばのゆれ調査」から②～」『放送研究と調査』55-3
- ・柴田武（1957）『「お」の付く語・付かない語』『言語生活』70（『社会言語学の課題』（1978，三省堂）再録）
- ・田中章夫著，平井昌夫編（1972）『「オ」のつくことば・「ゴ」のつくことば』『現代の敬語とマナー』至文堂
- ・田中浩史・山下洋子（2009）「放送で使われる敬語と視聴者の意識 平成20年度「ことばのゆれ」全国調査から」『放送研究と調査』59-6
- ・日高貢一郎（2015）「敬語の「お・ご」が付く外来語—その理由を考える—」『都大論究』52
- ・文化庁（2006）『平成17年度 国語に関する世論調査（平成18年2月調査）日本人の敬語意識』国立印刷局
- ・文化庁（1997）『国語に関する世論調査（平成9年1月調査）』大蔵省印刷局