



Title	Business English方法論のFeedback
Author(s)	森沢, 三郎
Citation	大阪外大英米研究. 1961, 2, p. 45-65
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/98931
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

Business English 方法論の Feedback

森 沢 三 郎

1. は し が き

1959年に日本商業英語学会が日本経済学会連合に正式加入の運びに至ったことは会の歴史の上に記念すべき出来事である。しかしこのことは

- (1) 会の発展過程におけるおのずからなる気運の盛り上がりが時勢の要求と契合して生じた一つの節であるか、それとも
- (2) 従来における目標あるいは研究対象の不確実、および方法の無自覚を脱却して、ここに再出発をなし遂げようとする会員の能動的な努力の結実であるか

については必ずしも意見の一致を見ないのではあるまいか。このような問い方はいたずらに回顧的で前向きではないとの批判もあるであろう。また上述の双方の性質をもつと答えれば簡単であろう。しかしそのいずれに重きをおくかということは会の将来のために一応反省の必要があると考える。

特にここ数年の間、学術会議加盟問題との関係からも、商業英語学の確立が待望せられ、会員の間においてもこれを目ざして鋭意研鑽が行われ、大いに傾聴すべき意見も発表された。のみならず1960年10月の全国大会においては日本経済学会連合加盟に伴う会則変更によって会の目的の一つが「商業英語学および関連科学の研究にある」ことを宣言するに至った。これによって「商業英語学」の存在は会の公式の見解として打ち出されたわけで、会としては決然として渡船を焼き棄てて対岸の処女地に歩武を進める形となった。このように過去との決別とも見られる情勢が現われた以上、上記(2)の見解こそ会員中の支配的な見方と見なし得るではなかろうか。

しかしながら一面、会の草創以来（実質的にはそれよりの更に古い時代から）この学に携さわった先覚の努力が会の活動を現在に生かす基盤となることが動かし難い事実である以上、上記(1)の見方も十分尊重さるべきである。商業英語研究の方法論というような問題はいやしくも自覚をもってそのこ

とに当つて来た人士の常に思いをひそめて来たことに相違なく、会則の変更とタイミングを一致させてその方法論にコペルニクスの回転を期待することが果して可能であるかどうか大いに疑問の余地を存していると思なければならぬ。方法論の確立こそは現下われらの最大の関心事であるといつてよからう。

既に正しい方向に向つてある程度の布線がなされていることを認めるとしても、その上に車を走らすについては地盤の固さや軌道材料の質についてなお十分な検討を要する現状である。われわれの行こうとする道は遠く、進むに従つて前途を測量し、地盤を確かめて路線を伸ばし、不毛を切り開いて開拓を進めなければならぬ。単に本会の会員の間で学の確立が認められるだけではなく、外部の人々にも納得の出来るような説明をなし得るのでなければ領域学としての立場を主張し難いであろう。かくいうことは今日まで商業英語学を一つの discipline として確立するために払われ来った努力を軽視する意味では勿論ない。これを評者の立場でなく研究者の立場から言つても、このことに思いを致すことが深ければ深いほど、なおさら地堅めの必要が痛感されるはずで、この感じは近年の研究年報所載*の多くの論文にも述べられている。

従つて、いささかでもこの目的を助ける可能性ありと考えられるものは進んでこれを共同研究の広場に提出して討議の対象たらしめることが会員としてまきになすべき責務であろう。ことの性質上、折角出発させた車を再び始発駅に返すように見えることもあろう。しかもなお汽車の行きもどりによつて生ずる地盤のいくらかの強化をすら歓迎すべき現段階ではなからうか。ようやく定着し初めた植物の根を上げて毛根を傷ける愚かさは筆者もよく承知している。しかし卒直に言つてこの問題の現在のあり方は、この比喻で言えば、土壌の造成を終つた程度をあまり出ていないではなからうか。

このような認識に基づき筆者はなおまともなながら、いささかの乏しい考えをこの問題に寄与したく思うこと切なるものがあつたが、その出発点となる

*「日本商業英語学会研究年報」。1956年の分までは「会報」と称した。

べき現段階の的確な把握それ自体が容易ならぬ仕事であるので実行に移しかねていた。幸にして最近に至り、かねてからこの問題に格別の関心を寄せていられた足立教授の貴重な労作「学会における商業英語研究焦点の推移と商業英語学確立への接近」* の発表があったのでこの悩みは解決された。

この論文はその題目の示す通りわれわれの crucial な課題をめぐる諸問題をさわやかに浮彫りにしている点において、筆者にとって絶大の助けとなるばかりでなく、これを叙述の基礎とする**ことによって適当な主題の限定もおのずから得られる便宜がある点において、二重の恩恵を筆者に与えるものであってこの点深謝に堪えない。以下安達論文にすっかりおんぶする形で*** おおむねその説述の順序に従い、読過の際に抱いた感想を最も卒直にさらけ出すと共に、極めて未熟ながら、いささかの私案をもつけ加え、その双方に対して徹底的な批判を仰ぎ、更に諸方面からの建設的な意見の活発な発表を促し、その過程を通じて本会の pou sto の定め方につきより一層明確な考えを持つ一助とした。私案というのは他でもなく、方法としての意味論の導入である。

筆者の志向するところがそこにある以上、本文には安達教授をはじめ筆者が学恩を受けることの多い方々の言説に対して不遜とも見られる論評を加えてゆく場合が多いことは止むを得ない成り行きである。殊に簡潔を旨としあけすけに論じてゆくつもりであるから、その感は一層強められるであろう。願わくば博大の心をもって筆者の意のある所をお汲み取りありたきものである。

*神戸外大論叢第11巻第5号（1961年1月）。以下この論文を「安達論文」と略称させて頂く。

**引用の資料もそのまま孫引きさせて頂くこととする。

***ただし同論文に取り上げられている問題に関連して、補足するため上記研究年報第十九回を参照することはあろう。

Ⅱ. Business と English の比重

i. この学会が経済連合に加入申込を決定するに至ったのは、昭和30年9月の全国大学において討議が行われた結果であって、商業英語と称する以上は語学として考えるのが当然であり、この方面の学会に加盟せよとの意見も相当に出たのであったが、採決の結果これは否決されるに至ったのである。（安達論文）

ii. （英語の知識は）「あくまでも必要条件に止まり」「これら英語的表現の陰にかくれた貿易取引上の内容および理論こそこの学問の対象であって、云々」*

iii. 商業英語を学問として研究するにはコトバのみでは不十分なりとて、商業特に貿易に関する一大体系を構想し（それは望ましいことだが）それを商業英語学と称するのはやはり misleading である。（中略）名と実とがあまり離れないようにしたい。**

引用 i. の中に述べられた経済部門加入に踏切った経緯に関し、その理由づけの一つとして安達論文には、1951年同氏が行った新制大学の商業英語教育の実状調査***によって、商業英語担当教員の中、普通英語を担当しているものと、他学科を兼担またはむしろ専門とするものとの比率が13：17であった事実を指摘しておられる。これは誠に適切な説明であるが、それと同時に文学部門へ加盟の見込が極めて少なかったことも見のがせない理由であり、担当の課目によって票の行くえが決したというよりは、加盟可能性の問題が採決における大勢を決したとも見られる。そして文学部門への可能性が少なかった理由こそこの問題のキーポイントと考えられるので後に触れることにしたい。

引用 ii. は本会員の間における一つの有力な考え方を代表するものとして注意に値する。石田氏にこの立場を取らしめたのは真摯なる学的信念以外の何物でもないことは疑うべくもない。しかしながら、ほぼ同じ傾向を示してい

*石田貞夫氏「商業英語学の対象と課題」（神奈川大学商経法論叢第6巻第4号）

**羽田三郎氏「方法論概説」（研究年報第十九回）

***The Tapan Business Association (Kansai Chapter) BULLETIN, No. 2, August 1951

れる会員の中には、或は経済部門への加盟の事実がかかる主張の正当性を裏書するという見方をしたり、或は「従来の商業+英語という二元的観念」* の克服を急ぐあまり、同調の態度に出た方々をいくぶんか含んでいるのではないかとの不遜な懸念を抱くものである。確にこの見方に従う方が学としての体系を整え易いかも知れない。しかしその結果として成立するものは、商業英語学というよりは「英語的に表現され、英米文化を背景とする商業学」となるではなからうか。故山崎宗直氏の著「商業英語と貿易実務」の中に見える「英語商業学」** の語も恐らくその含みをもって用いられているであろう。「英語商業学」に Business English の名を冠せようとする考えは引用 iii. に言っている「名と実とがあまり離れすぎる」場合に相当する。控え目に言っても、その最も重要な応用面の一つが国際経済社会における意思の疎通をはかることにある学問が、自からに与える名が、国際的にその内容を誤解させる公算のすこぶる大きいことは、是正の必要がある。

Ⅲ Business について

iv. 「商業」または“business”なるものも、その概念を貿易と限定するものもありまた「現代社会の行動秩序の核心」となっている business は学校、教会、寺院に至るまで遍在すると解する人もある。（安達論文）

v. English という手段による persuading の科学的研究こそ商業英語学の Constitution だとは考えられないであろうか。***

vi. 「説得英語」と称すべしというような主張は自由であるが、その場合同様な quality をもった英語の使用法が商業以外にもあるわけで、素材と機能の混乱があり、対象を切り取る面にタテ・ヨコの違いがある。****

引用 iv の後段に示されているような business についての見解を、安達氏が、不当に拡大したものと見ておられることは、同じ論文の他の場所に羽田氏の所説を紹介する際に「（ここにいわれている）ビジネスは大谷氏のように無

*安達論文の用語

**「英語商業学」は英米へ持って行けば、とりもなおさず“commerce”である

***新宮志良氏「商業英語学の構造とその科学性」（日本商業英語学会研究年報第十九回）

****羽田三郎氏「方法論概観」（同上）

限大に近い概念を与えたものではないと理解する」と言っておられることによって明かである。これについての感想を聞もなく述べるつもりであるが、それに先立って引用 v. について少しく考えたい。

引用 v. の新宮氏の所説を紹介する直前、安達氏は「この persuasion をもって商業英語の本質特質とする考え方は新宮志良氏に受けつがれたが、全く別の角度から論ぜられておる」という説明があり、その先駆をなした考えとして、私* の「名称と実質」**の中にほぼ相等しい意味の指摘があるとされている。私の小論は全くメモ程度を出ないもので、引継がれる光榮を有したなどと自負する気持は更々ない。また私の場合には、理論に短なるを自覚している関係もあり、同じ道に携わる人々への極度に簡約化した、いわば以心伝心的な言葉として「business writing とは persuasion と見つけたり」というくらいの気持で書きつけただけのことである。

このようにやや偏ったともいえる 発言をした際 私の念頭に あったことを、これも shorthand 的に述べるならば大体次のようになる。

- (a) trade (a trade でもなく、広義の commerce でもない) は buying and selling を意味する。
- (b) business writing の中核的な機能は business creation である。相手に I'll buy it. といわしめることである。I'll buy it. ***という表現は俗語(ことに米国)では I' agree to it. の意味に用いられ、business の範囲を越えて一般の discussion にも用いられる。
- (c) buy の反対の sell については Sell your idea to the boss. とか Sell the boss on your idea. というような表現があり、いずれも Persuade the boss to your idea. の意味に用いられるのが普通である。この意味で、"selling to the client" の目的を達するためには先づ "selling the client" に成功しなければならぬ。

しかるにそれが一転して、商業英語学そのものを「persuading に関する技術

*これまで筆者と書いて来たが、たくさんの論文が現われ、どの論の筆者が混同しそうになったので「私」に切りかえる。

**「日本商業英語学会第十五回、第十六回会報」

***1960年6月30日 Mainichi Daily News 所載 U.P. News のheadline には Peking Seems Not Buying Nikita's Coexistence Theory というのがあった。

上の法則の究明」と identify することになると、問題は相当違った様相を帯びてくる。引用vi.の批判あるいは他の見地（たとえば persuasion の目的、方法についての疑問、およびそれは心理学の一応用面とした方がより適切ではないかという疑問）からの反論が起るのはその点である。

前掲の私の小論の中でも、一般の英語（といっても writing を主として Semi-formal English を考えていたのだが）の中に business writing を位置づけると共に、こうした business writing と同一または類似の性格を有する English の使用が存在すること、すなわち相手の性質は違っても、人に呼びかけ、要請し、又は命令して何かをなさしめるという機能を果す（あるいはその意図をもっている）点において一致点をもつ英語の使用法があることを言わうとしたものである。引用vi.で羽田氏が「同様な quality をもった英語の使用法が商業以外にもある」といわれたのもその意味であろうと信ずる。

そこで再び引用 iv. に立返って考察する。商業英語学の立場から、商業活動の面における認識対象*をどのように限定すべきか。大体この問題は商業学で何を商業活動と考えるか、その考え方に従って良いはずであるが、重点の置き方は多少違って来るであろう。また同じ商業的現象であって、国内的には商学的取扱いが適当であっても、国際面では法学的に取扱った方が一層目的に適う場合や、逆に国内的には法学の対象と考えられることが海外では業界の慣習によって所理されるというようなケースもあるであろう。

第二次世界戦争以来、合衆国では Government business である軍隊内の酒保が private business の領分を犯すという非難が多かった。private business とそ真の business であるという見方は十分理由のあるものではあるが、軍隊はもちろん「学校教会寺院に至るまで」その経済的生活の上ではかなりの程度まで共通の性質をもっていることが認められるのではなからうか。およそそうしたことは、事柄の性質上対象として明確な区別をつけ難い。

*「商学面での認識対象」の意味でこう言ったが、今後は略して「認識対象」、または文意の不明にならぬところでは単に「対象」ということにしたい。

前節は軍隊の中に business が入り込んで来た事例であるが、(広義の) business の中に宗教が入り込んで来た例を次に挙げよう。

たとえば中世の同職ギルドで、職人が宗教心の高揚を理由として仕事を放棄しミサを称えた時、ギルドの親方はこれを争議行為と見たが、教会がこれを宗教的行為とする見方に或程度は譲歩しなければならなかった。(『本位男祥男：欧洲経済史』に基く。)

Ⅳ 機能と対象

vii. (商業英語とは) かつては或は外国貿易取引または貿易通信に特有と考えられたかもしれないところの特別の英語ではなくて、われわれが日常生活——泣き、笑い、怒り、愛する、人と人との間の生活における、生きた言葉としての英語であって、それ以外のなにものでもないのである。*

viii. Business を単に商業とは解さない同教授は、広く human relations の観点から商業英語を見直そうとされているものと伺われるが、それに冠せられた商業という語を一見無視されているかにも伺われる」(安達論文)

引用 vii. はここに引かれた限りでは対象の問題とも見えるので、引用 viii の批判が起るのは無理からぬ処であるが、私の感じでは、対象もさることながら、こうした説明を通じて、新時代の correspondent の心構えを悟らせようとするのが大谷氏の真意かと思われる。(もっとも私はこの著書に接していないので見当がちいに陥っているかも知れない。もしそうなれば安達氏の御諒恕を乞わねばならぬ。) 私の独断的推定によれば大谷氏が business writing の第一歩として normal English を書くことを力説されたのは、一むかしの奇形的な business writing に対する解毒剤としてその必要を認められたからであろう。もしも第二歩も第三歩もどこまでも一般英語と何等区別のないものならば、それは引用 viii. の批判を甘受しなければならぬが、恐らくは business principle によって律せられる人間関係が主題となり、その rule を表わす言語的な device (たとえば trade terms のごとき) も或程度まで取り入れられて「商業英語」の実をなしているであろう。

*大谷敏治氏「商業英語」(現代経済知識全集第50巻)

商業英語に習熟したものについてはほとんど気のつかぬほどの technicality も全く不案内の人にとっては理解し難い場合がある。筆者はかつて大学教育を受けた米人が、日本の学生の持っている Business English の本の中の We offer you firm …の文を見て、you は your の誤りではないかと疑問を抱く場面に出くわした経験がある。

更に注意すべきは、問題の書物は商業英語の教科書（または指導書）で、商業英語学の方法の探究を目的とする論述ではない（と推測せられる）ことである。教材の選択については商学的にも語学的にも教育的見地や実社会の必要にかんがみて特別な配慮が必要であろう。「商業英語か貿易英語か」*という立場も日本の置かれた国際経済上の環境からいって確かに一見識であり、殊にそれを商業英語の教材の中心におくということは極めて適切な配慮であるといわねばならない。しかし、それが直ちに商業英語学の範囲を決定するものだと主張するためには然るべき根拠を示さなければならぬであろう。

商業活動の現実の場においても、盲貿易の当時と現在とは大いに事情を異にし、海外の市場調査が行われ、あるいは日本の生産会社の株式がADRとして米国の証券市場に提供されるという現在の状況下においては、貿易英語だけでは間に合わぬ場面も生ずるであろう。そしてそうした事情が研究や教育の場にも反映せられることは自然の勢いであろう。**

これを研究者の立場からいえば、特定の時期における対象の選択は、その人の内心の衝迫、機縁、あるいは必要によって定まるであろう。対象と研究方法

*The Japan Business English Association(Kansai Chapter) BULLETIN, No.2, August 1951 には中村賢二郎氏のこの題名の意見発表があり、当時の実際的な指標として益するところが多かった。

**Morris E.Hurley の Elements of Business Administration (Rrentice Hall, Inc.) は、経営学の真の理解のためには事業運営の環境（政治的、社会的、文化的、経済的）を全的に意識する必要があるという認識に基づき、事業は人なりという立場から考察を進める極めて視野の広いものであるが、同時に読者の理解を確実にするために相当具体的な形で取り扱う必要を認め、ラジオ、テレビの分野を集中的に取扱っている。教科書的な著述として然るべき配慮だろう。

はつながりがあり、対象にふさわしい研究法が取られるのが常であるが、商業英語学全体の方法としてはほぼ共通したものと見てよいであろう。* 対象はもともと連続的 (continuous) であると共に過程的性質 (process nature) を有するものであり、どのように限定して見ても時間的にも空間的にも隣接する対象との境界線上にある zone が残り、また一つの対象で種々の学問分野の違った角度から同時に取り上げられるものもあろう。そのような中で、最も商学的と見られる対象を中心にすえて、そこから外側に広がっている領域と商業英語学的方法によって取り組むというのが研究者の任務であろう。

語学的立場からする問題の取り上げ方では、最も特徴的な商業活動と、それから相当に距離があると普通に考えられるものとを対比して考えた場合、相違点よりもむしろ共通点が多いと言えるであろう。** この見地からすれば、商業活動面での認識対象の限定は、たとえ可能であるとしても、重要性において方法論に一步を譲るものであろう、またある研究対象が商学的なものとなるためには研究者が商学的意識をもってそれに向うことが最も決定的な要件であると

*前掲 M.E. Hurley : Elements of Business Administration の Preface には「実業界の各段階、各分野において人間の性情は基本的に同一である」と言っている。

**この意味において私個人としては商業英語というよりは Business English という広い取り上げ方を選ぶものである。(このような国際的性格の学問においては、必要によって外国語を用いることは避けなくてもよいではなかろうか。教育学などでも現在 personality という言葉はそのまま用いている)。business ということになると交易、分配の面のみならず生産面も共に問題になって来るはずで、上掲 Hurley の Elements of Business Administration にもそういう問題を取扱っている。しかしどのように多面的であっても、対人的な面は主として商業的性質のものとして現われてくるのは理の当然である。

「学」という名を重んじて「Business English 学」では困るという意見があるかも知れないが、「Business English の研究を使命とする商業英語学」と考えることもできよう。また business という言葉について上に述べてきたような甚だしい見解の相違が起るのは semantics で常に重視せられる constructional differential の題であって、この点からすすんで意味論導入の必要を感じしめるものがある。

言い得るではなかろうか。

V 実用性について

- ix. 木曾教授は「実用性という一貫的特質」を以て本質とするのが商業英語であるとされ、この実用性の一貫性が普通英語と本質的に区分する規準であることを明かにされた。(安達論文)
- x. そこで実用英語学を打ち立てるためには通俗の実用性を排除すべきだという考え方が出て来ておる*

引用 ix. の中に言及されている木曾氏の論文**は 1953 年発表のものであり、引用 x に言及されている石田氏の論文や、実用性重視の反省という点でそれに似た警告を発している戸川氏の論文***は共に 1956 年の発表にかかるが、こうした順序にならべ、しかも「実用性の一貫」というところに点を付して目立たせると、一見後者は前者に対して商業英語学の方法論という点で批判することを目的としたものであるかに感じる。あるいはそうかも知れない。しかし木曾氏の論は「普通英語」と商業英語との相違点を明らかにしようとするのが主眼で、必ずしも方法論の樹立を目ざすものではないかに思われる。これに反し石田氏の論文はすでに会として日本経済学連合への加盟の方針がほぼ決せられ、商業英語学の樹立が緊急の課題とせられ、特に商業学と英語との integration への道が熱心に模索された時代である。そうした空気の中で木曾氏の論文の中の「一貫性」という言葉が想起され、やや唐突に方法論と結びつけられたというのがこの場合の真相に近いのではあるまいか。だとすると、ここにいう「実用性の一貫性」なるものが商業および英語の二要素を一体化する原理であると木曾氏が考えていたとする根拠は少いようである。

*石田貞夫氏「商業英語学の対象と課題」(会報第十五、第十六回)が最も代表的なものである。

**「商業英語の本質についての一考察」(Japan Business English Association Bulletin, 1953)

***戸川年雄氏「商業英語学方法論管見」(日本商業英語学会会報第十五回第十六回)。この論文において特に私の注意を引くのは学問の方法論と学習法、教授法の考案とを区別する必要を説いていることで、誠に適切な見解であると考えらる。

いずれにせよ、こと学問に関する限り実用性ということには抵抗が多い。これはある意味ではもっともなことで、仮に実用性を常識とおきかえた場合*、学問が（より厳密に言えば科学的探究**が）、非常識な結論に導くのはむしろ普通のことであり、常識の克服されるところに学問の進歩があったとも言える。もちろん、何となく常識的に信ぜられることが科学的方法によって確認せられ、より高度の、より信頼性の多い認識として定着する場合もある。しかしある認識が実生活上有用であったというだけで、それが直ちに学であるといえないことは明かであろう。

実用性への批判の第二は、実用性というものが（方法論の関係においてはなおさら）一貫性を持ったものとは言い難いということである。「応病与藥」とか「臨機応変」とか、「人によって法を説く」というような言葉が思い出される。ケガの功名ということさえある。「物を知るは憂の初」であり、Ignorance is bliss. という場合が（反語的な意味を伴いながらも）実生活で多いとすれば、認識を広め深めるということは必ずしも幸福を得る道ではなく、予言者が故郷に容れられぬ嘆きをもつ例は珍しくない。Galileo は教会人として止まり平和な生活が続けるという実際的な目的を達するためには地動説の主張を貫き通すことが出来ず、終止一貫してそれを称えた Bruno は、宗教裁判によって、有用性の基盤である生命そのものを奪われた。

*実用性を常識とすりかえるのではない。一般社会での生活体験では非常識であるよりも常識的である方が生活上の障害が少いという理由により、常識を実用性に富んだものと認めて、置き換えを試みたのである。

**単に学問といえば、その初歩的段階も含み得ることとなるがここでは常識を克服する段階にあるものについて言っている。これは初歩の段階や、実用的、常識的立場に近い学問をおとしめて言っているのではない。殊に語学においては学びに「まねび」の要素が多い。それを抜きにしては parole はあり得ても langue は（抽象的存在としてすら）成り立ち難いであろう。しかして、よき「学び」、は劣悪な research (?) によって人を mislead したり、あるいは何等の独創なく、他人の研究を借着して自己の編み出した衣服であるかのように振うよりは勝れること万々である。

実用性への今一つの批判はそれが結果論に陥り易いことである。正しい認識をもって努力することが必ずしも成功を保証されているとは限らない。service のつもりが却って disservice になることはしばしば聞く処である。繁栄への道であったはずのものが、思わぬ環境の変化によって、一朝にして没落への道に変化する例はあまりにも多い。ある事物が特定の時、現実の場において有用性を発揮するか否かは、かりに予測できるとしてもそれは個々の場合に外部との関係によってきまらることで、その事物自体に内在する本質的なものとして有用性が必発の約束をもって存在しているとは言えない。そこに有るものは有用性の potentiality でしかない。学の本質としては認識であり、その認識は種々の角度から考えられるところの有用性には本来中立であるべきはずである。*

Ⅱ 「商業の場」の考え方

xi. 同氏(中村巳喜人氏)は商業英語現象を「商業の場において一定の現実的効果をあげることを目的とする意思伝達のため(中略)英語を用いてする動的な言語活動」と定義づけられ、そこにいう「商業の場」なるものの解明を試み、商業英語としての認識原理の樹立を提唱されて、ここにおいて、従来の商業+英語という二元的観念を aufheben して全く一元化されておる。(安達論文)

xii. 商業英語は商業+英語という二元性を持つものではなく、英語という言語の場と商業の場が overlap したところにおける言語活動或は言語現象を指すのである。(安達論文)

xiii. 商業英語はややもすると考えられたような特定の語句の体系ではなく、商業という「場」が英語という langue の上に働きかけて現われるところの言語活動である。そこにおいて初めて一般言語現象とは異った商業英語現象が顕現する。**

xiv. 極端な例をあげるならば貿易商社で講師を招聘して英語の研修を行った

*念のため重ねて断っておくが私は本曾教授が実用性を一貫的原理だと主張されたのだとは思っていない。商業英語が実用性によって一貫されているということを力説されたまでだと考える。しかしそれにしても「実用」ということ自体については十分な掘り下げが必要だと思う。

** 中村巳喜人氏「商業英語学の方法に関する一試論」(日本商業英語学会研究年報第十九回)

場合、貿易業者が商業書翰を書かされたとしても、これは商業英語であるとは云えない筈である。何となれば（中略）商業の場において現実的效果をおさめるために書かれたものではないからである。*

引用 xii. は中村氏の所論の説明としてのものであるが、その中に現われる「言葉の場」という考え方は安達氏自身のものか、または中村氏もどこかで言っておられるのであろうか。引用 xiii. の中に「商業という『場』が英語という langue に働きかけて現れるところの言語活動」とあるのを見ると langue をも一つの「場」と見ているかに感じられる。しかしそれにつづく部分から得る感じを総合すると「langue の上に働きかけて」の「上に」は必ずしも空間的な含みを持つものではなさそうだ。およそ思惟や行動の中で用いられる言葉は、みずからの「場」をもつというよりも、むしろもろもろの「場」に働きかけてその構造を表現するものだと見る方が妥当な考え方ではなかろうか。

それはともかくとして、言語と商業的対象とが overlap することにより商業英語という一元化された言語活動或は言語現象が成立するのだとすれば、それは商業+英語の二つの要素が統合された場合とどのように異なるであろうか。

引用 xi. の中の aufheben という言葉にも問題がある。すなわち単に対象的対立があるだけでそこに弁証法的発展が起るとするのは Hegel 自身の考え方から余りにも遠いではなかろうか。しかし引用 xii. の中に現われている言語活動と言語現象との対立は有益である。というのは引用 xiii. が商業英語現象を「商業の場」における言語活動に限定しているのに対し、それを拡大する可能性を暗示しているからである。

現実が認識対象になると同じく、現実の模写も（それが構造的に正しいものである限り）認識対象となり得る。例えば正確な地図は地理学研究のため不可欠の資料である。

中村氏は C. A. Naether : Business Letter における Business English の定義を批評** して『『実業人が雑誌記事を書くとき』という箇所は疑いなき

*中村巳喜人氏「商業英語学の方法に関する一試論」（上場）

**日本商業英語学会研究年報第十九回

を得ない」と言い、そのあとすぐに「何となればその articles や books の内容を不問に付することができないからで」といつている。それを裏返しにして言えば、商業の場の現実効果を目指さなくても（単に商業活動に関するもの*であっても）内容によっては商業英語の対象として認め得るということになる。

この点大いに共鳴を感じるが、それにすぐ続く部分（引用 xiv）では中村氏は再び現実の「商業の場」のみを対象とする態度に返っている。** 貿易会社の行う商業英語の講習と一日にいても、現場模写の程度は個々の場合によって

*これは私のいう「現実の模写」である。「商業の場」のうち、現実のものを狭義とし、商学の対象となり得る現実の模写を含めたものを広義としたい誘惑にかられるが、混乱を避けるために遠慮しておく。

「商業に関するもの」の一例として柳沢健氏の「財界回顧一池田成彬」という書物を考えて見よう。書中、池田氏は柳沢氏からの種々の問いに答えているが、殊に三井財閥の総師として、三井銀行の弗買事件（1931年当時）については詳細な資料を提供している。これも見方によれば商業的对象たるに値するものと言えよう。

商業英語の対象に関して思い浮べることを一つ書き加える。先年 New York 大学商科の Prof. Janis を訪れたとき、同氏の編んだ Business English Readings の出版予告が机上にあったが、その中には実業家の伝記なども含めてあるとの話であった。実業家の事業面での経験に触れるところで商業的对象が含まれるという意味ならば理由のあることである。その後 Detroit, Chicago その他で会った ABWA の人々も一般に商業英語の範囲を広めることに賛意を表しているようであった。それは writing に主眼をおくこの会の在り方から言って当然であり、わが国とは相当事情を異にする。方法論などということは殆んど問題にしていない。

Janis 氏の課題も単に“English”であり、商科だからその English が（特に上級では）Business English になる。その中でも market report のような客観的な factual なものは早く取り上げ、心理的要素や説得の技術を取り入れる必要ある correspondence は後から次第に取り入れるという風である。

**中村氏は同じ論文の中で、「商業英語学は商業英語現象に関する学である」と言っている。論文の全体の implication から言えば「に関する」は「の」であっても良さそうである。わたしがこのような差出口をするのは、もし「関する」であれば、「商業の場」の考えもそれに応じて幾分拡がりを持つのではないかとの期待を抱くためである。しかしそれに引きつづいて直ぐに「商業英語はわれわれの直接体験することので

相当の違いがあるであろうが、時としては現場の書信の添作を乞う場面も生ずるであろうし、講習が満足なもの、高度のものであれば、現場の実状への接近は概して加わると見てもよいであろう。少くとも「実業人の雑誌寄稿のうちある内容のもの」と比して講習の場における書信の作製が（たとえ試作であるにせよ）より商学的性質が少いとは断定し難いではあるまいか。

要するに目的達成（またはその期待）の上から言えば現役と予備、後備の別はあっても、認識対象の共通性に着眼すれば、現実の商業活動の中で用いられる英語も、それに関して用いられる英語も共に商業英語学の対象であると考えるのが当を得ているではなかろうか。そうでなくて余り厳密な意味での「商業の場」の活動に固執すれば、研究室もしくは教室においては商業英語の研究もしくは授業は成立しないことになるであろう。*

要するに商業英語現象が「商業の場」に現われるという見方は正当でもあれば極めて有益でもあるが、「商業の場」そのもので用いられる英語でなければ

きる経験事実である」という説明がある。この「われわれ」と「できる」とが問題である。「できる」といつても恐らく無条件で何人にもそういう可能性が開かれているのではなく、「商業の場」に身を置く人であることが前提となるであろう。（引用xiv参照）。次に「われわれ」とは一体たれであろうか。一般的な「われわれ」、即ち we でも one でも言表わし得る「われわれ」であるとするれば、それは「商業の場」に身を置くことによってはじめて「直接体験する」ことができるのではあるまいか。「商業の場」以外からも観察し、研究することのできる現象でなければ、（すなわち是非とも直接体験しなければならぬ経験事実だとすると）、商業英語学を研究し得る人のワケは大いに制限せられ（貿易商社の人でも部署によってはその資格がなく）、仮りにこの意味で資格のある人が相当あっても、その人たちの主たる興味は profit-making にあり、特殊な場合を除いて「体系的に認識する行為そのもの」をかみしめ、学問的に認識する時間はないのが普通ではなかろうか。

*中村氏の説の趣旨に添って厳密に考えると、現実の商業の場で用いた書信をそのまま copy して教室で用いても、それはすでに現実的効果を挙げることを目的とはしていないものであるから、研究の対象となり得ないし、それと反対にその同じ文面を日付と宛名を換えて別の相手に出せば、商業英語の対象になり得るという奇妙な事態が起りはしまいか。これが私の曲解であれば幸いである。

「商業英語とは云えない筈」(引用 xiv) としたところに問題があるではなからうか。

Ⅱ Correctness と Clearness

xv. こうした動的性格は商業英語に固有な種々の特徴を付与する。商業英語において Correctness よりも Clearness が一層重視されるのはこのためである。云々。*

前章「商業の場の考え方」において特に中村氏の論文を問題としたのは、安達氏も言われる通り、それは「商業英語研究が学として成立する可能性を極めて明確にされた」ものであって、従ってその影響の大きいことを思い量るからにはかならない。この論の細部についてはなお中村氏に質したい点がこの他にもいくらかあるが、ここでは上に引用された部分について率直に見解を述べたい。

引用xv.の中で、「商業英語においては Correctness よりも Clearness が一層重視される」と言われたのは、見方によれば obiter dictum 的性質のものとも言えるが、反面それは商業英語が動的性格をもつことの必然の結果として現われる「固有な特徴」の中の何かに関連あるものとして登場しているかに受取れる。それを問題にしようとするものである。片言隻語を捕えてあげつらうように見えて心苦しいが、この点は余りにも重大で見のがし難く思うものである。

さてここに用いられた correctness とは、correct deportment とか correct-taste とかいう意味の correct ではなくて、accurate とか exact とかに近い意味に用いられているものと見てよいであろう。** clarity の必要は私も十

*中村巳喜人氏「商業英語学の方法に関する一試論」(日本商業英語学会研究年報第十九回)

**もし Correct の idea を俗語で “the correct thing” (当を得たこと) というところまで拡張すれば、良い quality は大抵いその中に入り、3C's とか 5C's とかいう必細なく、Correctness の一つの C ではばすべてを蔽いつくせるであろう。

分認めるが, incorrect な内容を clear に表現することは可能なばかりでなく, 日常生活の中で余りにもしばしば出くわすことである。しかるに商学的対象のような現実的なものを表現する上では, 実状との一致による cogency が要求される。それは単に形式的に整っているというのみでなく, 現実の場を正しく cover したものでなければならぬ。換言すれば, rational であるばかりでなく sane* であることが必要である。

現実の場における言**と実との一致につとめ communication の改善をはかり, 人と人との間の理解を深め, 更に広い場面では民族と民族, 国と国との意見の一致に導こうとするものに, 科学としての基礎を固めようとする semantics がある。商業的対象と英語とを integrate させるため, 商業英語学, ことにその中核をなす商業英語的認識を the Semantics of Business として発展させて行きたいというのが私の現在の考え方である。この考え方を図表的に表わし, いささかの注解を加えると次頁のようになる。

*Nebraska 大学の Prof. Butt はある新聞への寄稿の中でこう言っている。

I remember a Frenchman once telling me about the test used to determine a man's fitness for duty in a French court. It seems that in France he doesn't have to be sane, only rational. On the other hand, in English court you only have to be sane, not necessarily reasonable.

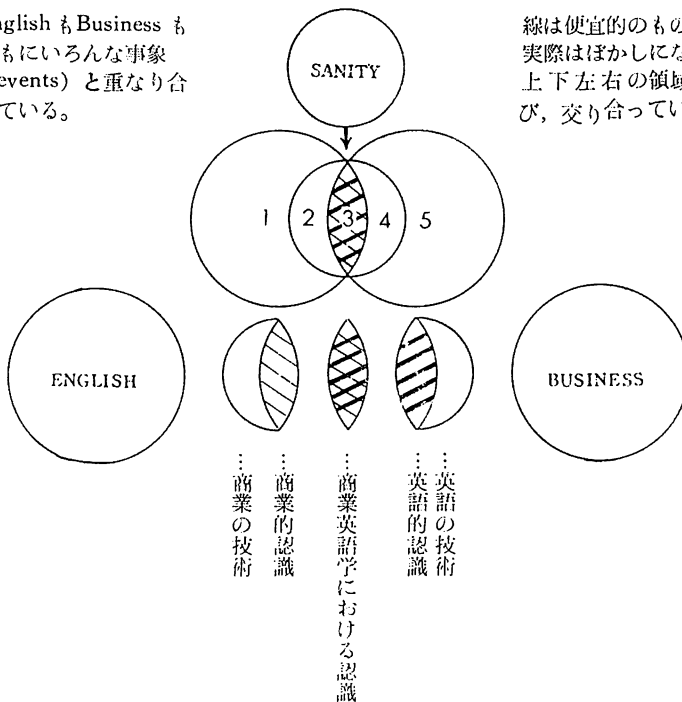
この文の内容や sane, rational (reasonable) の理解の仕方については必ずしも賛成のできぬ点も含まれているが, ともかく sane と rational とを区別する考え方の手近な例として引用した。rational と sane の違いは, 形式的論理と実践的論理の違いであるといってよいであろう。

**ここに「言」というのは F. de Saussure の “parole”, A. Gardiner の “speech” をさす。“speech” とは単に「はなし言葉」だけではなく, その文字的表現である writing や, 機械による recording などをも含めているものである。この点については上掲中村氏論文(研究年報第十九回)および戸川氏論文(会報第十五回, 第十六回)参照。

Semantics of Business

English も Business も
ともにいろんな事象
(events) と重なり合
っている。

線は便宜的のもので、
実際はぼかしになって
上下左右の領域に及
び、交り合っている。



(注) (Ⅰ) 2, 3, 4は互に他を排除して自己の領域を主張するものではなく, sanity によって統合せられ, 堅密に結びつき, 分子を交換し, それぞれの地盤を立脚地として (相互的には申すまでもなく), 他の部分 1, 5 にも draw on した影響を及ぼす。

(Ⅱ) semantics は究極的には個人的にも人類全体としても survival を目指すものであるから, 単に perceive するだけでなく predict し react する。それが可能なのは semantic experience が大脳皮質に刻みつける pattern により, 単に rational なだけでなく, sane な判断ができ, それが灰状物質の司る 自己保存本能と integrate するからである。

(Ⅲ) こういう状態(即ち sanity)の正反対の極をなすものは insanity であるが, その中間地帯である unsanity の境涯にいる人が社会の多数を占めているのが現状

である。(またある分野では sane になり得ても他の分野で精々よく行って rational になるのが行き止まりという場合も多い)。しかし unsane な人の多数決では sane な人の意見は破れる。またたとえば裁判官が結論をあせて単に rational でしかあり得ないならば、sane な人の立場は rule out される。sane な人は自己の survival のためにも sane な仲間が増加するよう努力する必要がある。また semanticist であることは、現状では社会生活において必ずしも有利とは言えない。従って semantics of business が必ずしも商業界で極めて有用とは言えない場合も十分考えられる。実用とは一応別問題のところに認識としての商業英語学が位置しているというわけである。この見方では business writing または speaking の分野は 2 の中の白地(英語の技術)に属し、「貿易実践」として従来取り扱われた分野の応用面は 4 の中の白地(商業の技術)に属することになり、その根柢に 3 の商業英語学における認識が横たわっているという関係になる。

Ⅷ・結 語

さきにⅡ章の中で、商業英語学が文学系列に加盟し得ない理由を一つのキーポイントとして重視しておいた。現在日本英文学会は便宜上英文学と英語学の両部門を含んでいる。商業英語が文学と系統を異にするものであることは、文学が感情の表現に関することを中心課題としていることから多言を要せずして明かである。T. S. Eliot は The Social Function of Poetry の中で次のように言っている。

It is easier to think in a foreign language than it is to feel in it.

商業英語としての英語の使用はここでいう thinking の面に存するということは一般論として異議のないところであろう。ところで言語使用の種々の分野を見渡すと、大まかにいって次のような区分が可能であろう。

文 法——語と語との関係を扱う。

論 理——命題と命題との関係を扱う。

意味論*——現実的世界と行動的に関係させて意味の組織的な研究を行う。

*同じく意味論(semantics)といつても言語学の領域内のものは linguistic study of meaning を目的とする semasiology をさすのが普通であるのに対して、ここにしている意味論は遙に巾の広いものである。

それを押し進めると、言葉を含む種々の記号（広義の sign, symbol）に特に重きをおいて、人間が現実の場を評価する過程を研究、改善することを目的とする general semantics* となる。

このように見ると、現実の場に重きを置かねばならぬ商業英語学が言語学部門においそれと受け入れられないことは当然で、むしろ経済部門の加盟により、多くの可能性があり、その線に添って加盟が実現したことを認め得るであろう。

*これはいうまでもなくヨーロッパ式の *sémantique générale* などとは全く別個のもので、普通考えられる言語学の領域からは大いにはみ出たもの——私見によれば「応用言語学」などといっても到底追付かぬほどはみ出たもの——である。いつでも general semantics は必ずしも semantics の全分野を蔽うものとはいえない。semantics よりも遙に野心的なものであると共に局限された面もある。両者の関係について割り切った言い方をするのは多くの場合無理である。特定の研究者にどちらの傾向が強いかという程度に押えておく方が妥当であろう。

※ ※ ※ ※

付言。この稿の用法における意味論(semantics)は、人間活動の各分野に関係がある。その意味論が商業英語学の方法論だといって見ても、この学に特有な方法論となり得ないではないかという反論が当然予想される。その点についての管見は近く別の機会に述べたいと考えているが、ここではさし当り semantics が communication 全般の組織的研究であることを再び指摘しておく。

それと共に、もう一つつけ加えれば、学問の各分野を見渡すと、その領域が exact sciences に近ければ近いだけ semantics の必要が少く、これに反し社会科学においてはその必要が極めて多い。その中でも business のように日常生活に近いものにおいては特に必要度が高い。U.S.でもある局面において商業活動と表裏一体をなす法律の分野にゆわゆる“legal realists”が現われ、その弾力性に富んだ言語観、法律観によって、意味論的な観照を助長するのに力があつたことは、この間の事情を物語るものであろう。