国立国語研究所学術情報リポジトリ

新聞語彙調査における層別とその意味

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2017-03-31 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 林, 四郎, HAYASI, Siro メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.15084/00000993

新聞語彙調査における層別とその意味

林　　四　郎

われわれが今行なっている語彙調査には，いろいろな特徴がある。ひとつは，いうまでもなく，電子計算機を用いてデータを処理するという方法上の特徴である。この特徴は，計算機と日本語との接触という点で，数々の副特徴を生んでくる。この報告書に収めた諸論文は，この特徴を，それぞれの面から報告しているということができる。次に，データの分析にそなえるための処置として，層別のしかたにも特徴がある。

層別といえば，ふつうは，サンプリングをするための処置と考えられる。サンプルに正しく母集団を代表させるための下工作として，母集団に属する各個体が母集団を構成するしかたを，何かの共通性によって，層としてとらえる。人間の集団を男の層と女の層によってとらえたり，世代別という層によってとらえたりする類である。層別は，まず母集団について行なわれ，層を選出母体としてサンプリングを施すのが順序である。

だが，今回われわれが層と呼んでいるのは，このような，層別抽出のための層ではない。サンプルの抽出は，層別とは無関係に新聞紙面上の無作為な区画割り当てによって行なった。（サンプリング法については，国研報告31に収めた田中・斎藤の論文「新聞語彙調査のサンプリング・プログラム」を参照されたい。）だから，われわれのサンプルは，物理的な縮尺法によって，３紙１年間の全紙面を1/60のサイズに縮めたもので，いわば理屈抜きの縮図である。このようにして得られたサンプルを，あとから分類した。その分類カテゴリーを層と呼んでいるのである。層の区分法として４種類の区分原理を立てた。

文種区分

新聞にはたくさんの文章が盛られているが，それらの文章は，それぞれ，だれかが何かの目的をもって書いたものである。その目的や動機，またその表現

活動の性格などを分類したのが文種区分である。文種には，いろいろな区分法が考えられる。粗い区分もできるし、細かい区分もできる。二分原理によって論理整然と分けていくこともできようが，新聞記事の実際を考えると，なかなか整然とは分けにくい。たとえば，速報性の有無で先ず分けようと思っても，中間的なものがたくさんあり，すっきりとはいかない。事実の報道と意見主張とに分けるのも，そううまくはいかない。そこで，必らずしも論理的ではないが，実際に即して次のように分けた。

1．ニュース　新聞はニュース記事が中心になってできている。ニュース記事とは，事実を速報するための文章である。ニュース記事の中には，当事者の談話や識者の評論のような，特定個人の意見を引用した部分も含まれるし，記者の意見も含まれようが，ここでは記事を単位として扱ったので，一つの記事を部分的に細かくさらに分けることはしなかった。

2．ニュースの解説　ラジオ・テレビにニュース解説の番組があるのと同じように，新聞にもニュース解説の記事がある。「解説」と銘うってあれば文句なしだし，銘うってなくても，例えば，ある政党の総裁選挙があったことに関連して，その党の総裁選挙の歴史を書いた記事があれば，これは解説に属する。また，独立した解説記事のほかに，ニュース記事のあとに「解説」とか「注」とかの部分が付属していれば，これは切り離して解説に扱った。

3．社説・コラム　社説の存在は明らかだから説明の必要がない。コラムは範囲が広いが，ここで社説と同列に扱ったコラムは，社を代表するような意味で社会事象に論評を加えている特定欄で，朝日の「天声人語」，毎日の「余録」，読売の「編集手帳」，各紙夕刊のこれに類する欄等をさしている。国会開会中に設けられる「記者席」の欄なども，これに含めた。これらの記事は，ニュースとはちがって，単に事実を伝えることを目的としてはいないが，論評はニュースに即して行なわれるので，速報性はもっていると見なければならない。

4．ニュース関連特集記事　ニュースに即して作られる点では，ニュース解説や社説・コラムと同じであるが，記事の作り方がそれらとはちがい，編集の態度が明らかに出ている。例えば，新内閣ができたとき，その内閣の性格をめぐって記者の座談会が行なわれるとか，何かの審議会が答申を出したについ

て，その問題に関し記者が調べた記事を作るとかいった類のものである。この種の記事作りに，今は各社が知恵をしぼっているように見える。

5．特別読みもの　このごろは，段々，連載の読みものが多くなってきた。外国へ行っている特派員から，現地の様子を報じてくるような比較的短期の連載もあり，毎日新聞の「教育の森」のような長期の連載もある。このような連載は，きのう今日起こった特定事件とは関係がないわけであるが，そもそもなぜそのような読みものを企画するかといえば，やはり，現在の社会の動きの底流に，そうさせる問題があるからである。ベトナム現地報告がどの新聞にものるのはベトナムで戦争が行なわれているからだし，「教育の森」が連載されるのは，大学がニュースのたねになることが多い世の中だからである。特別読みものには連載が圧倒的に多いが，時には連載でない場合もあろう。

6．評論・論文　学芸欄とか文化欄とかには寄稿論文が多い。論文といっても，新聞のことだから，随筆風のものが多かろう。総合雑誌や文芸雑誌についての時評，美術の展覧会や音楽会の批評，学会の動きを紹介した記事などもこれに属する。記事の話題分野区分における「文化」と重なることが多いが，文化欄にあっても，例えば何かの賞を受けた人物の紹介であれば「紹介記事」の方へ行くし，「今週の催しもの」のお知らせなどは，「記録・通知」にはいる。

7．実用知識読みもの　これは話題分野区分における「婦人・家庭」記事の中に最も多いことになろう。料理や保健等の関係の記事は，たいていこの類に属する。この種の記事では，ニュースとの関係はほとんど考えられないが，季節と関係が深いので，やはり一種のタイムリーさが要求されるだろう。

8．探訪ルポ　記者あるいは，社の依頼を受けた文筆家が特定の所へ行って取材してきた記事。特別読みものとの間で境目のはっきりしない点はあるが大体において，連載になるほど長ければ，実質は探訪ルポでも，特別読みものに入れる。探訪ルポはスポーツ記事に多いように思われる。プロ野球の公式戦開幕が近くなると，よく，記者が各チームのキャンプを訪ねて記事を書くことがある。こういうのは，1チーム1回で全体としては12回の連載になったとしても，ルポの性格があまりに明らかであるから，特別読みものとはしない。

9．長期ニュース展望　今は週刊誌時代であり，評論の時代でもある。世の

中の事象をその日その日報道しているだけでは，事象の奥にある「真相」とか，事実の構造とかがわからないような気がする。そういうことをを知りたい欲求を満たすために週刊誌が生まれてきたのだろうと思うが，日刊新聞の中でも，そのような欲求を満たすための処置がとられる。そのひとつは解説記事だが，ここにいう長期ニュース展望の記事もまた，その対策の一つのあらわれと見られる。「長期」にもいろいろあり，無限の段階があるが，新聞の場合，週間から年間のあいだでとらえるのがふつうである。週間，月間，年間のまとめが最も通常に行なわれるが，季節ごとのまとめ，年間を上半期，下半期に分けるまとめ方もありうる。このような展望には，どうしても評論的態度がはいってくるのがあたりまえであろう。

10. 記録・通知　新聞紙面の中で最もドライな情報に満ちた部分。経済欄にある銘柄の表，官庁関係の人事異動，天気予報，催しものの通知，ラジオ・テレビ番組の表などである。これらは，記者が作るよりも，然るべき機関からの情報をそのまま紙面にのせるものが多い。このような記事の性格のために，この類に属する記事の大部分は，単語，数値，固有名詞などの羅列で，文章の体をなしていない。だが，ラジオ・テレビ番組のページには，番組表だけではなくて，いくつかの番組について解説や紹介の記事ものっている。これらは便宜上，番組表と同じくこの類に入れたので，そういうところには文章らしい文章が含まれている。天気予報にも，新聞中随一の名文といわれる文章がのっていて，申訳ないようであるが，これも記録・通知の類にかぞえた。

11. 紹介記事　「時の人」とか「顔」とかいって，何かの点で時事的意味をもつ人物を紹介する記事が，毎日，どの新聞にものっている。また，外国のマスコミ界の状況を要約して紹介することも，絶えず行なわれる。新刊書の紹介もある。経済欄には，各メーカーの新製品発売を報じる記事がいつでものっている。その中には，紹介記事とすべきものが少なくない。これも，他区分との境目がむずかしい。自動車の新車を紹介する場合でも，自動車ショーを見てきた記事であれば，探訪ルポに入れたくなるかもしれないし，ふつうのニュース記事になっているのもあるかもしれない。作業者の判断にまかせた。

12. 読者の作文　読者の投稿によってできた記事で，意見主張や評論的内容

のものと，特別な目的のない随筆風の作文とがある。前者には，「声」というような特定の欄を当ててあるのがふつうで，後者は婦人家庭欄の中に多く見出される。

13. 相互通信　家庭欄の中には，身上相談の記事があり，読者が質問して特定識者が答える。このような，ことばの往復によって作られた記事を一類として立てた。「読者の広場」というような形で，読者同士が意思を交流する記事があれば，同じ日の紙面に住と復とが並んでいなくても，この類に入れる。しかし，もし投書の欄で，ある人の意見に端を発して論争が行なわれても，これは相互通信とはしない。

14. 小説　説明の必要なし。

15. 商業広告　ふつうの広告である。このごろは特にイメージ広告がはやるので，大きな紙面に大きな写真や絵が印刷されていて，文字をあまり含んでいない場合もあるが，本の広告には文字が多い。朝刊と夕刊とで広告の性格にちがいがある。朝刊では本（単行本，月刊誌，週刊誌）の広告が大きな比率を占め，夕刊では，映画と一般商品（特に，自動車，衣料品，薬品，酒類等）が主である。最近は特に新聞企業が大メーカーからの広告収入に頼るところが大きいようで，夕刊における全面広告のはなやかさには，あきれるばかりである。

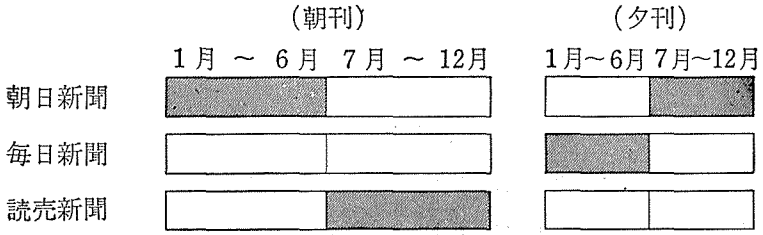
16. 案内広告　いわゆる三行広告である。求人と不動産が両横綱で，漢字が最もはばをきかしている所。

17. 漫画　説明の必要なし。

以上が文種区分である。

この区分に従ったとき，データの量は層ごとにどのような比率をなして存在しているだろう。1紙1年分の長単位の数を見よう。1紙1年分というのは，次のように各紙のまざったものである。（次ページ図形の斜線部）

数表でみると，ニュースと記録通知とが最も大きな集団で，ともに20%を越える。案内広告と商業広告がこれに次ぎ，あとは群小集団どんぐりの背比べとなるが，大きい順に並べれば，特別読物，探訪ルポ，紹介記事，特集記事，社説コラム，評論，実用読物，ニュース解説，読者作文，相互通信，小説，となる。そして，特に小さい集団がニュース展望と漫画である。混合1紙1年分サ



	文種区分	異なり数	延べ数	延べ%		文種区分	異なり数	延べ数	延べ%
1	ニュース	30,168	151,208	22.3	10	記録通知	24,834	143,841	21.2
2	ニュース解説	4,256	13,562	2.0	11	紹介記事	6,989	21,581	3.2
3	社説コラム	5,263	18,164	2.7	12	読者作文	3,930	12,554	1.8
4	特集記事	6,181	20,594	3.0	13	相互通信	3,288	10,046	1.5
5	特別読物	9,242	33,977	5.0	14	小説	3,276	10,484	1.5
6	評論	5,323	18,162	2.7	15	商業広告	21,255	68,143	10.0
7	実用読物	5,207	17,464	2.6	16	案内報告	21,983	113,348	16.7
8	探訪ルポ	6,494	23,565	3.5	17	漫画	474	763	0.1
9	ニュース展望	891	1,886	0.3		全体	101,081	679,342	100

ンプルの長単位総数は約68万，それを構成する異なり長単位数は約10万であった。これが昭和41年３紙からの1/60サンプルの三分の一データーの量である。

文種別区分を略してG区分と称する。

話題分野区分

話題のとらえかたには，大きなとらえかたもあり，小さなとらえかたもある。小さくとらえていけばきりがないので，かなり抽象度の高い所に基準を置き，政治とか経済とかいうような，話題分野の区分にとどめた。これは，大体において新聞社の中の部立てに即することになろうし，また，出来上がった新聞紙面でいえば，一面，二面，三面というような面別区分にも相当することになる。最も常識的な区分であるから，作業者も，ほとんど迷わないですんだことと思われる。

1．政治　第１面の国内政治記事で，内閣とか国会，各省関係の記事などがおもなものである。

2．外交　日本の外交に関する記事で，外務大臣や外務省の動き，国連における日本代表の行動，各国に駐在している日本の大使や公使の行動を報じた記事などから成る。

3．経済　これは経済面の中の記事を意味する。ことがらとしては経済でも，国会における大蔵省関係の記事，米価審議会や農林省関係の記事などは，いずれも政治に入れる。だから，経済記事の大部分は株式市場をめぐる情報を提供する記事となる。

4．労働　総評その他の労働組合と資本家・経営者との間で起こる事件の報道を労働記事とする。労働問題は，その大部分が経済問題であり，政治闘争の場合には政治問題であるわけだが，だからといって，それらの記事を経済記事に入れたり政治記事に入れたりはしなかった。ただし，社会面に扱ってあれば社会記事とした。例えば，鉄道のストライキで何十万人の乗客が「足を奪われた」というような記事は，労働ではなく，社会に入れてある。したがって労働記事の分量は少ない。

5．社会　社会面にある記事は，みな社会記事とした。だから，内容は雑多である。語の使われている状況から見ると，社会記事での大きな話題は，事故と犯罪で，いずれにしても人間の死につながるものが多いようだ。

6．国際　これは外国の状況を報ずる記事で，外国の通信社から出たものと，自社の特派員が送ってきたものとがあるが，外国でのマスコミの報道を紹介するという形で作られる記事もある。社会面にのった記事は，いかに国際色豊かでも，国際記事とはしなかった。

7．文化　文化欄とか学芸欄とかにのっている記事であるから，ここには，評論家や学者の寄稿記事が多く，新聞記者による記事は少ない。文種でいえば，評論が多く，ニュースはほとんどないと思われる。だれそれが何々賞を受けたというような記事は，それがニュースであるときは，社会面か，時には第1面にのせられる。これは，社会記事に扱われる。文化欄にそれが記事になるときには，すでにニュースではなく，受賞の意義に関する評論になったり，受賞者の感想になったりするのがふつうである。

8．地方　朝刊最終ページの地方版にのる記事をすべて地方記事とするつも

りだったが，作業前の指示が明確を欠いたために，地方版の中の一部の記事に限定されたらしい。私自身，どんな種類の記事が「地方」にとどまったか，把握していない。

9．スポーツ　これは明らか。野球が大部分で，すもうがこれにつぎ，あとは，いろいろなスポーツとなる。碁や将棋もここに属する。文種でいえばほとんどがニュースであろうが，ニュースに付随して，解説や評論がつくことがあり，時に探訪ルポのような記事がのるといったところであろうか。

10．婦人・家庭　新聞紙面の中で最もソフトな雰囲気のただよう所。ニュースはほとんどなく，実用知識読みもの，読者の作文，相互通信の文などが大部分を占める。子供欄が設けられるときは，ここに入れた。

11．芸能・娯楽　ラジオ・テレビの番組がのっているページにある記事は，原則として芸能娯楽記事とした。婦人家庭欄や子ども欄に，また，社会面などに芸能的，娯楽的な記事があっても，それは，ここには入れない。

12．広告　文種区分の商業広告と案内広告を合わせて広告とした。さらに，広告とは全く性質がちがうのだが，文種区分における小説と漫画をも合わせてここに入れてしまった。新聞社が作る記事でないという意味で一括し，代表として「広告」の名を与えた。

以上，話題分野の12区分によるデータの量を，また，混合1紙1年分サンプルの長単位数で見ると，上のとおりである。

	話題分野区分	異なり数	延べ数	延べ%		話題分野区分	異なり数	延べ数	延べ%
1	政　治	11,311	48,674	7.2	8	地　方	3,545	9,523	1.4
2	外　交	2,382	7,169	1.1	9	スポーツ	9,870	47,815	7.0
3	経　済	12,129	83,550	12.3	10	婦人家庭	6,910	25,896	3.8
4	労　働	1,731	4,569	0.7	11	芸　能	15,760	68,714	10.1
5	社　会	20,966	93,889	13.8	12	広　告	40,424	192,738	28.4
6	国　際	10,705	48,466	7.1					
7	文　化	12,452	48,339	7.1		全　体	101,081	679,342	100

広告が合体したので断然大きな集団となり，他を圧している。そのほかでは，社会，経済が大きく，芸能がこれにつぐ。あと，政治，国際，文化，スポーツがほとんど同じ大きさの集団である。婦人家庭がそれらの半分ぐらいの集団で，以下，地方，外交，労働は，ほとんど数えるのに足りない小集団であ

る。地方については，上に述べたような不手際があったわけだが，この結果から見ても，地方は社会に，外交・労働はともに政治に入れて集計したほうがいいだろうと思う。話題分野区分を略してT区分と称する。

情報源記載形式区分

新聞は情報のデパートである。新らしさを生命とする情報やら，めずらしさ・おもしろさを生命とする情報，また，役に立つことを生命とする情報など各種各方面の情報が紙面いっぱいに盛りこまれている。それらの情報には，それぞれ提供者がある。情報源を細かくたどれば，たいへんむずかしいことになり，一つのニュースに含まれる個々の情報要素には，それぞれ異なった情報源があるのがふつうであろうが，今ここで情報の提供者というのは，そういう部分的な情報源のことではない。一つの記事を単位とし，その記事を書いた人を情報提供者と呼ぶ。

1．一般無記名記事　新聞紙面に最もふつうに見られるのは，どこにも記名のない記事で，読者からいえば無名の記者が書いたものである。社会面や政治面のニュース記事は，みなそういう性格のものだ。

2．通信社記事　「ワシントン18日発＝AP」「エルサレム18日発＝ロイター」のように，APだのロイターだのという外国通信社から買った情報で記事が作ってあるもの。小さな新聞社ならば，外国だねばかりではなく，国内のニュース記事でも，共同通信社から買って作ることをするが，今回われわれが調べている朝日，毎日，読売の各新聞においては，国内記事に，通信社からのものはないと思われる。

3．冒頭記名記事　文化欄にのる評論文には，ふつうの雑誌論文と同じように，筆者の名がはっきりと記される。見出しのある所に記名がしてあれば，その見出しが記事の冒頭にあろうが，真中にあろうが，冒頭記名記事としたこと，いうまでもない。

4．末尾記名記事1　文化欄で，劇評を毎月きまった人がしているような場合，その記名は冒頭にではなく，記事の末尾に置かれるのがふつうである。

5．末尾記名記事2　社の記者が書く記事はすべて無記名だということはない。といっても，外部寄稿者のように記名することは，原則として，ないよう

に思われる。末尾の括弧の中に何某記者と記す程度である。この形式のものを末尾記名記事２とする。

６．末尾記名記事３　末尾記名に，もうひとつの場合がある。ローマ字の頭文字とか，くずしたペンネームなどで書いてあるために，外部の人とも内部の人ともわからない場合である。これを末尾名記事３とする。

７．外電冒頭記名記事　国際記事のすべてがＡＰ，ＵＰ，ＡＦＰ，ロイター，タス，新華社など，外国通信社からの情報でまかなわれてはいない。むしろ，大新聞社はきそって自社の記者を外国に派遣して，直接記事を送って来させるようにしているから，特派員からの外信記事がずいぶん多い。そういう場合は，記事のはじめに「サイゴン＝加藤特派員18日発」のように書かれる。それが個人名でなく，「ロンドン＝ヨーロッパ総局19日発」とか「サイゴン支局19日発」のように局名となっていても扱いは同じである。

８．無記名代表筆者記事　無記名記事ではあっても，社説とか，天声人語，余録，編集手帳などの欄は，いわゆる無名記者の書くものとはちがう。それらの欄は，各社の論説委員級の人が社を代表して責任をもって書くので，何となく貫録があるように感じられる。貫録は，あってもなくてもいいが，読者に社の立場を感じさせる特定欄の無記名記事を一つの類とした。

９．外部無記名記事　ふつう，無記名であれば，社の記者が書いたものと思わざるをえないが，天気予報のように，記者が書いたのでないことが明らかな記事もある。これを外部無記名記事とする。

10．広告　Ｔ12は，Ｇ14からＧ17までを合併したものであった。広告の文章は，ふつうの記事文章とは執筆の次元がちがうので，記名だ無記名だといってみても意味がない。よって，ここでも同様に一括して，情報源記載形式区分を考えるときの対象外とした。

情報源記載形式区分を略してＳ区分という。Ｓの10区分について，同様に，混合１紙１年分サンプルにおける長単位数を示す。「％」の次に「修正％」なる欄を加えた。これは，Ｓ10を除外した486,604（＝679,342－192,738）箇の長単位を100として計算しなおした％である。

一般無記名記事が全体の三分の二近くを占め，あとは少数の集団の寄り合い

情報源記載形式区分	異なり数	延べ数	延べ%	修正%
1 一般無記名	53,524	313,157	46.1	64.4
2 通信社	5,404	19,071	2.8	3.9
3 冒頭記名	7,350	27,439	4.0	5.6
4 末尾記名1	7,335	25,854	3.8	5.3
5 末尾記名2	6,856	23,421	3.4	4.8
6 末尾記名3	2,952	8,352	1.2	1.7
7 外電冒頭記名	5,328	19,180	2.8	3.9
8 無記名代表	4,162	14,054	2.1	2.9
9 外部無記名	9,019	36,076	5.3	7.4
10 広告	40,424	192,738	28.4	
全体	101,081	679,342	100	〔486,604→100〕

である。

記事内位置区分

文種，話題分野，情報源記載形式の各区分は，いずれも記事ごとの区分だが，今度は，記事の中でのその長単位語の位置による区分をする。

1．見出し　説明の要なし。

2．標題・欄名　見出しに似て，見出しでないものがある。「社説」とか「きょうの天気」とかいうような，コラムにつけられた，きまった標題，また，「教育の森」「東京の百年」のような連載読みものの通し題名などがそれである。これらの記事では，こういった題名の次に，各回の内容に即した見出しが来るのがふつうである。

3．リード　リードは，ついている記事もあり，ついていない記事もある。概して，大きい記事にはリードがあり，小さい記事にはリードがない。

4．本文　説明の要なし。ある記事のあとに解説記事が付属しているとする。文種区分では，本記事が「ニュース」で，解説記事は「ニュース解説」に入られるが位置区分では本記事の本文も「本文」だし，解説の文章も「本文」である。ただし，「解説」という欄名を示す語は「標題・欄名」に入れらる。

5．情報源・署名　外電の発信地，発信者，日づけなどを書いた部分，記名記事の署名部分などがこの類に入る。

6．表　流し書きの文章でなく，表組みの中に入れられている情報。経済欄

の銘柄の一覧表，ラジオ・テレビ番組の表，スポーツ欄で，野球のスコア表やすもうの星取り表などがこの類の常得意である。

7．写真・図表の説明　縦組みの新聞紙面の中で，たいてい横組みにされる運命にある文句である。

8．広告　T12，S10に同じ。広告も，できるならば，見出しと本文に分けてみたかったが，実際に当たると，それは不可能であった。広告は，全体がデザインだし，字の大きさや字形が自由自在なので，すべてが見出しとも言えるし，すべてが本文とも言えるのである。

位置区分を略してP区分と称する。Pの8区分について，同様に，混合1紙1年分サンプルにおける長単位数を示す。延べ%の次に修正%を示すこと，S区分の場合と同じである。

位置区分	異なり数	延べ数	延べ%	修正%
1 見出し	7,584	17,579	2.6	3.6
2 標題・欄名	1,058	2,139	0.3	0.4
3 リード	3,403	9,743	1.4	2.0
4 本文	54,199	332,064	48.9	68.3
5 情報源・署名	1,912	4,981	0.7	1.0
6 表	17,107	114,855	16.9	23.6
7 写真・図表の説明	2,498	5,243	0.8	1.1
8 広告	40,428	192,738	28.4	
全体	101,081	679,342	100	〔486,604→100〕

本文の分量が3分の2を上回り，残り3分の1の中では表組みの占める位置が意外に大きい。これはほとんどが銘柄とラジオ・テレビ番組のしわざだといって間違いない。読者に絶大な印象を与える見出しは，ことばの量にしてみれば，3.6％という取るに足りない小部分を占めているにすぎない。あらためて見出しの大文字の威力に驚かされる。

層別区分の活用法

以上のように，四つの立場から，データの層別区分を施した。この層別をどのように利用するかについて，まだはっきりした見通しがたってはいないが，私としては，次のような考察に利用したいと思っている。

(1) 語の使われ方の広さと深さの測定

報告31に，私は語彙分析法の試案を書いた。それは，少数のデータについて，語の使われ方の幅の広さと深さを算出し，よく使われる語を単に量的にでなく，質的にも見出そうとするものである。私は，今回，混合1紙1年分サンプルの中から，度数10以上の長単位6411箇について，同じ方法を適用し，語の使われ方の広さと深さを測った。その結果を，昭和44年の2月15日，研究所の創立20周年記念講演会の席上で述べた，この講演「語彙調査と基本語彙」は，近く他の2人の講演とあわせて1冊の講演集にして刊行する予定であるから，それを参照されたい。語の使われる広さと深さを測る手がかりに，まず層別を用いている。この目的には，文種区分と話題分野区分とが使われる。

(2) 集団内での語の安定性と浮動性の測定

前項の広さと深さの測定から，語の集団内での基幹度を知ることができる。（「基幹度」については，該講演参照）。広くかつ深い語ほど基幹度が高いと考えるわけだが，基幹度の低い語については，浮動性を評定しなければならない。ある語がある層においてだけ深いならば，それを深からしめている要因が何であるかをさぐる必要がある。ある場面の中で，ある語を使われさせる要因をさぐる手がかりに，層別をできるだけ活用したい。

(3) 用語と文体との関係の研究

文種の区分をもって文体区分の一種だと考える人もある。文種は内にそなわる性格であり，文体は外に表われる特徴であるから，両者を同一視することはできないと思うが，両者の間に深い関係があることは確かだろう。ニュースにはニュースらしい文体があり，論説には論説らしい文体があり，その文体差は容易に感得されるものである。用語が中立ちになって文種と文体との関係が見出されることを期待する。文種と用語との関係は，話題分野と用語との関係ほどには，はっきりとらえがたいだろうが，やはりどこかに関係する所があるはずである。

位置区分を施したのは，位置という空間上の問題にかかわりたいためではない。見出し，リード，本文，それぞれに特有の文体があると思われるし．その特徴を用語の面からさぐることができるだろう。これも興味ある研究課題であ

る。報告31の私の書きもので，文種別における「記録」に句読点，テニヲハ，文末判断辞，形式名詞，形式動詞の類が少ないことを述べた（同書43～45ページ）が，この考察は，位置区分によって，さらにはっきりするだろう。表組みの中では，その傾向がもっと徹底しているだろうし，写真説明の文にはまた特殊な傾向があるかもしれない。

今回の調査では，データにそえる付加情報として，語種，品詞，活用形，短単位の長単位中での位置等についての情報が用意されている（本書，中野論文参照）。これらの情報と層別情報とを掛け合わせると，文体と用語との関係について，多くの知識が得られるだろう。

(4) 情報提供者の見えかくれによる表現形式の変化の研究

情報源記載形式の区分を立てたのは，新聞という，事実に即した情報の提供を役目とする文章集団が，筆者と事実と読者との三者関係をどのように言語表現に投影していくかを知りたいためである。無記名で，自己をむなしくして事実を提供する場合，自己を正面に押し出して事実を論ずる場合等，自己の押し出し方によって，事実への判断の加え方に差異があると予想される。その問題を研究してみたい。この研究は，語彙の面からだけでは充分でない。文法や文型の観点からも調べなければならない。今回の語彙調査では，とりあえず語彙表と語彙統計とが得られるだけで，文における語のつながり方が調べられるようデータが整えられてはいないが，もう一歩の工夫で，それもできるようになる。分析の観点をすえていきたい。

(5) 雑誌の語彙調査との接合

研究所がこれまでに行なった，婦人雑誌，総合雑誌，雑誌90種の語彙調査でも，それぞれ何らかの形でデータに層別を施してきた。また，雑誌90種の調査は最も範囲が広いので，婦人雑誌も総合雑誌も，それぞれ90種の中の１つの層を構成すると考えることができる。層別という観点からそれらのデータを総合することが必要であり，それに今回の新聞の調査をかぶせることができれば，調査結果のもつ力が倍加する。話題分野区分は，雑誌調査における層別につなげるのに都合がよくできているので，これを活用したい。

(6) 言語生活や言語行動と語彙との関係の考察

わたしたちが用語に統制を加えようと考えたり，用語の教育を能率化しようと考えたりするとき，生活や行動の場面を無制限に考えていたのでは，結論が求めがたい。ある生活場面を予想して，その中での言語行動を考えるとき，はじめて教育の構造化ができる。土居光知氏の基礎日本語は，あくまでも，知識の伝達を目的とする文体の中だけで考案されたもので，文学活動のための用語には触れないことを前提としていた。文学も知識伝達も区別なしに考えていたら，基礎語を考えることはできないのである。今回のわれわれの層別区分は，言語生活や言語行動の場面の区分だと見ることができるので，ある場面の中ではどのような言語使用の経済が成り立ちうるかというようなことを調べるために，層別の考察が役に立つと考える。

本書，田中の論文は，漢字の自動よみがなつけの実験を報じているが，今後読みの正解率を高めていくために，層別情報を利用することが考えられるだろう。石綿，斎藤，木村，江川は，自動単位切りの課題に迫っており，目下は小規模な実験データで試みているが，追い追い大きなデータに当っていくことになると，その文章の性格に関する情報を利用することがどうしても必要になってくると思う。そのとき，層別データが役に立つだろう。

（補）語彙分析の実際に当たっては，ここに説明した層別に多少の修正を加えたほうが便利かもしれない。本書，野村の漢字分析においては，文種区分と話題分野区分とをつなげたうえで，いくらか層の合併を行ない，第5種の区分法を施している。今後，この区分法を活用するのがよさそうである。

（注）この論文に，混合1紙1年分データの長単位数を示したが，これは，木村が研究室の月報別冊ＬＤＰ１に報告したものである。