

英語は名詞中心にマスターしよう！

本書は、「名詞の文法」すなわち「名詞のパターン」について書かれたものです。

外国語を勉強するなら、動詞をマスターしなくては……私たちはふつうこう考えます。これはきわめて自然なことでしょう。母語であれ、どんな言語であれ、私たちが関わり合うのは、「起こる出来事、ふるまう方法、目にする現象、感じる感情、心に抱く考え、述べる言葉、存在する物体、住んでいる世界」などなのですから。

英語学習においても、みなさんが主に関心があるのは、動詞の文法的なパターン（動詞の語法）をマスターすることでしょう。そうするとみなさんは、‘give something to someone’や‘want someone to do something’や‘like + -ing’などのような多様なパターンを記憶しなければならないことになります。

冒頭で私は、私たちが住んでいる世界に関わる動詞に下線を引きました。しかし、上の文は下線の引き方を変えれば異なった見方をすることができます：

起こる出来事、ふるまう方法、目にする現象、感じる感情、心に抱く考え、述べる言葉、存在する物体、住んでいる世界

本書は上で下線を引いたような事柄、すなわち「**名詞の文法**」を扱う本です。動詞やその語法よりも、**名詞を中心として英語**

全体のボキャブラリーを広げることを狙う本です。本書に登場するのは、さまざまな出来事や物体、物事、感情、思考、言葉などを表す名詞です。

テレビ、服、男と女、幸福、天気、愛、コンピュータ、休日、季節、セックス、仕事、事故、興味、生活、ファッション、趣味、食物、ダイエット、環境、顔、困難…

(television, clothes, man and woman, happiness, weather, love, computer, holiday, season, sex, work, accident, interest, life, fashion, hobby, food, diet, environment, face, difficulty...)

さらにもう80、合計101の名詞が登場します。

今までは言語について、「動詞が名詞（そしてその他の言葉）を文の中に連れてくる」と考えるのが一般的でした。本書で私は180度異なるアプローチを取ることにします。すなわち、

「名詞が動詞（そしてその他の言葉）を文の中に連れてくる」

のです。英文は従来のように動詞中心ではなく、名詞を中心として作り上げることができるのです。本書では、約2500もの実例をあげてその仕組みをお見せします。

本書を思う存分活用して、みなさんが自分の興味のあることを自由に話し、書き、読み、理解できるようになることを願います。

2004年5月

クリストファ・バーナード

Christopher Barnard

はじめに	— 2
本書の構成と使い方	— 6
名詞の文法とコロケーション	— 12
101の名詞の選択	— 16

The 101 Core Nouns In Your Lifespace 生活空間の核となる101の名詞 — 21

001 ACCIDENT	— 22	022 DAY/NIGHT	— 66
002 AGRICULTURE/INDUSTRY	— 24	023 DEATH	— 68
003 AIM	— 26	024 DEPARTMENT STORE/ SUPERMARKET	— 70
004 AMBULANCE/FIRE BRIGADE/ POLICE	— 28	025 DIET	— 72
005 APOLOGY	— 30	026 DIFFICULTY	— 74
006 ART	— 32	027 DINNER/LUNCH	— 76
007 BATH	— 34	028 DISASTER	— 78
008 BEHAVIOUR	— 36	029 DREAM	— 80
009 BOOK	— 38	030 DRINK (酒類)	— 82
010 BOSS	— 40	031 DRINK (清涼飲料)	— 84
011 CAR	— 42	032 ECONOMY	— 86
012 CELLPHONE	— 44	033 EDUCATION	— 88
[MOBILE PHONE]	— 44	034 ELECTRICITY/GAS/WATER	— 90
013 CHANCE	— 48	035 EMOTION	— 92
014 CHANGE	— 50	036 E-MAIL/INTERNET	— 94
015 CHARACTER	— 52	037 ENJOYMENT	— 96
016 CHILD	— 54	038 ENVIRONMENT	— 98
017 CLOTHES	— 56	039 EVENING/MORNING	— 100
018 COMPANY	— 58	040 FACE	— 102
019 COMPUTER	— 60	041 FAILURE	— 104
020 COUNTRY/COUNTRYSIDE	— 62	042 FAMILY	— 106
021 COUNTRY/NATION	— 64	043 FASHION	— 108

044 FISH/MEAT	— 110	074 MONEY	— 170
045 FITNESS	— 112	075 MOVIE	— 172
046 FOOD	— 114	076 MUSIC	— 174
047 FRIENDSHIP	— 116	077 NEWSPAPER [PAPER]	— 176
048 FRUIT/VEGETABLE	— 118	078 PARCEL [PACKAGE]	— 178
049 GOVERNMENT	— 120	079 PET	— 180
050 GROWTH	— 122	080 POLITICS	— 182
051 HAIR	— 124	081 QUALITY/QUANTITY	— 184
052 HAPPINESS	— 126	082 RELIGION	— 186
053 HEALTH	— 128	083 ROAD	— 188
054 HOBBY	— 130	084 SEASON	— 190
055 HOLIDAY	— 132	085 SEA/SEASIDE	— 192
056 HOME	— 134	086 SEX	— 194
057 HOSPITAL	— 136	087 SHOPPING	— 196
058 HOTEL	— 138	088 SLEEP	— 198
059 HOUSEWORK	— 140	089 SOCIETY	— 200
060 HUSBAND/WIFE	— 142	090 SPORT	— 202
061 IDEA	— 144	091 STRESS	— 204
062 ILLNESS	— 146	092 SUCCESS	— 206
063 INTEREST	— 148	093 TECHNOLOGY	— 208
064 KINDNESS	— 150	094 TELEVISION	— 210
065 LANGUAGE	— 152	095 THANKS	— 212
066 LIE/TRUTH	— 154	096 TIME	— 214
067 LIFE	— 156	097 TRAIN	— 216
068 LOVE	— 158	098 TRAVEL	— 218
069 LUCK	— 160	099 WEATHER	— 220
070 MAN/WOMAN	— 162	100 WEEKEND	— 222
071 MARRIAGE	— 164	101 WORK	— 224
072 MEETING	— 166		
073 MISTAKE	— 168		