

# 中国と日本の社会的背景が新語・流行語に与える影響

—2016年の新語・流行語を対象に—

菅 沼 勇 太

## 第一章 はじめに

### 1.1 研究の背景

私は中国語を学習する中で、より自然で日常的な中国語を学ぶために中国のインターネットサイトをよく閲覧する。辞書を使いながら中国のインターネットサイトを閲覧するが、たびたび辞書にも載っていない言葉に遭遇することがある。それらの意味を調べてみると、そのほとんどが近年に流行した新語・流行語であった。また中国人留学生と交流する際にもたびたびそれらの新語・流行語に触れることがある。

そうした中で、私は、日本の新語・流行語に比べ、中国の新語・流行語がインターネットを元に流行した造語が多いように感じ、疑問を持つようになった。私は日本と中国の新語・流行語には社会的背景の影響があるのではないかと考え、この研究を始めた。

### 1.2 研究の目的

本研究では、中日両国の新語・流行語の発生理由を比較し分類する。その後、両国の新語・流行語に対し人々の関心がどの程度あるのか、それぞれの国の社会的背景が新語・流行語にどのように影響を与えているのかを解明する。

中国、日本それぞれの流行語に関する研究は数多くあるが、中国と日本の両国の流行語を同じ土俵に置き、比較している研究は数少ない。

### 1.3 本論文の構成

第1章では研究背景と本研究の目的を述べ、第2章では新語・流行語に関する先行研究を概観し、第3章では研究手法を述べる。そして、第4章では両国の新語・流行語を分類し、検索指数の結果を分析する。第5章では第4

章の結果を元に考察を加え、社会的背景が新語・流行語に与える影響を明確にする。第6章では考察の結果をまとめ、今後の課題を述べる。

## 第二章 先行研究

### 2.1 中国における先行研究

中国語の流行語に関しては、馬(2013)が2013年の新語・流行語を分析し、「簡単明瞭なもの、または偶然に創り出されたものがある一方で、外来語もしくは中国の古典に由来したものや昨今の社会問題を反映したものも続々と現れてきたことが明らかになった。(p.116)」と述べている。

また、趙(2015)は「新語・流行語を整理しているうちに気がついたのは、2015年の新語・流行語の使用には少し変化があったということである。単語レベルの新語形の創出よりも、文レベルの表現や縮約形の新しい表現が目立つようになる傾向があるのではないかと思われる。(p.14)」とも述べている。このことから中国の流行語は由来に複数のパターン、または変化があると考えられる。

趙(2017)では中国の2016年の新語・流行語について「インターネットやモバイル端末などで生まれたり盛んに使われたりする表現も、マスメディアに認められる傾向がどんどん強くなってきている。(p.108)」と述べており、近年の流行語の創出パターンとしてインターネットやモバイル端末が盛んであることによるものが多いことを示している。また趙(2017)では新語・流行語がいつ流行りだし、どれほど流行したか、検索指数によって確かめ、また趙(2015)と比較し、主要メディアの見出しや本文に出ているキーワードの使用頻度も参考にし、新語・流行語の説明をしている。

そのため、趙(2017)は本論とは社会背景の調査方法が異なり、また日本語の新語・流行語との比較がないため本論ではそれらを補っていく。

### 2.2 日本における先行研究

日本の流行語については、別司(2016)が「調査の手法の新しいアプローチの一つとして2つの先行研究を参考にして Google' IhFends を用いた。調査において幾つかの制約が存在したが、それでも新語・流行語に対して幾つか

の傾向を見ることができた。結果は山型、波型、その他の3つに分類できた。山型は受賞年内において大きなピークが1つ、あるいは2つあり、このような山型は新語・流行語の過半数を占めていた。受賞の年以前の検索指数の低さから流行しているとはいえない。つまり、新語としての要素が強いものがここに分類されることになる。波型は山型に比べるとピークはさほど大きくないものの、代わりにピーク自体の数が多いものだ。それに加え山型の語とは異なって、受賞の年以前に一定量検索されているものが多く、新語というよりは、流行語としての要素が強いものが分類されることが分かった。その他は山型、波型どちらにも分類できないものだが、その中で「スマホ」という語と、その普及状況に深い関わりがあることが明らかになった。(p.44)」とスマートフォンの普及と流行語を関連付け、ビッグデータから傾向を見ている。

### 2.3 本研究の位置づけ

先行研究では中国、日本ともに検索指数を用い、創出パターンを考察する研究手法が用いられていた。しかしながらそれらを比較しそれぞれの国の社会的背景の影響を考察したものは管見の限り見られない。

そこで、本稿ではこれらの先行研究の研究手法を参考にし、それらを合わせそれぞれの国の社会的背景が新語・流行語にどのように影響を与えているのかを解明する。

#### 本研究の特徴

本研究では中国と日本の新語と流行語を同じ土俵に置き、検索指数を用い比較することにより、両国の社会的背景がどのように新語と流行語に影響を与えているのかを見ていく。

検索指数と創出パターンで比較することにより、両国の新語と流行語を多方面から考察し、それぞれの国の社会的背景がこれらの新語と流行語にどのような影響を与えているのかを考察する。

### 第三章 研究手法と分析対象

#### 3.1 分析対象

本研究で扱う「新語」「流行語」の定義を明確化しておく。本研究は「新語」<sup>1</sup>「流行語」<sup>2</sup>について、オンライン三省堂大辞林の定義を援用する。

また本研究で扱う中国の新語・流行語は“咬文嚼字”<sup>3</sup>の「2016年十大流行語」、それから国家語言資源監測与研究中心、商務印書館、人民网によって行われた“汉语盘点2016”<sup>4</sup>の「2016年度十大新词语」とし、それら20語の中から検索指数が算出できた16語を対象とする(表1参照)。

表1 対象とする中国の新語・流行語

	2016年十大流行語 (咬文嚼字)	検索 指数	2016年度十大新語 (汉语盘点)	検索 指数
1	洪荒之力	○	两学一做	○
2	吃瓜群众	○	冻产	×
3	工匠精神	○	表情包	○
4	小目标	○	洪荒之力	○
5	一言不合就XX	×	阿尔法围棋	○
6	友谊的小船说翻就翻	○	网络大电影	×
7	供给侧	○	摩拜单车	○
8	葛优躺	○	山寨社团	×
9	套路	○	吃瓜群众	○
10	蓝瘦香菇	○	闺蜜门	○

また日本の新語・流行語はユーキャン選考委員によって選ばれた「2016 ユー

1 新しく作られたり外国語から取り入れられたりして、最近使われるようになった語。新造語。

2 ある一時期に興味をもたれ、多くの人々によって盛んに使用される単語や句。はやり言葉。

3 咬文嚼字とは1995年1月より上海文化出版社によって出版されている雑誌である。

4 汉语盘点とは中国国家資源観測および研究センター、商務印書館、中国青年新聞等が中心となり一年を代表する漢字を選ぶところである。2006年から始まり、2011年からは「年一度語」から範囲を広げ、他に先駆けて「十大流行語」、「十大新語」を発信している。

キャン新語・流行語大賞<sup>5</sup>の上位10語、三省堂による「今年の新語2016」<sup>6</sup>の10語とし、それら20語の中から検索指数が算出できた17語を対象とする(表2参照)。

表2 対象とする日本の新語・流行語

	2016ユーキャン 新語・流行語大賞 (ユーキャン)	検索 指数	今年の新語2016 (三省堂)	検索 指数
1	神ってる	○	ほぼほぼ	○
2	ゲス不倫	○	エモい	○
3	聖地巡礼	○	ゲスイ	○
4	トランプ現象	×	レガシー	○
5	PPAP	○	ヘイト	○
6	保育園落ちた日本死ね	○	スカーチョ	○
7	アモーレ	×	VR	○
8	ポケモンGO	○	食レポ	○
9	マイナス金利	○	エゴサ	○
10	盛り土	×	パリピ	○

### 3.2 分類方法

中日の新語が発生理由について、「図解日本の語彙」(2011:144-147)では、以下のように記述している。

新語が発生する主な理由には、①社会的理由、②心理的理由、③言語的理由、がある。

(1) 社会的理由…それまで社会に存在せず、気付かれなかった新しい事

5 この賞は、1年の間に発生したさまざまな「ことば」のなかで、軽妙に世相を衝いた表現とニュアンスをもって、広く大衆の目・口・耳をにぎわせた新語・流行語を選ぶとともに、その「ことば」に深くかかわった人物・団体を毎年顕彰するもの。1984年に創始。毎年12月上旬に発表。『現代用語の基礎知識』読者アンケートを参考に、選考委員会によってトップテン、年間大賞語が選ばれる。選考委員会は、姜尚中(東京大学名誉教授)、俵万智(歌人)、室井滋(女優・エッセイスト)、やくみつる(漫画家)、箭内道彦(クリエイティブ・ディレクター)、清水均(『現代用語の基礎知識』編集長)で構成される。

6 2,834語(異なり1,182語)の応募から三省堂辞書編纂の選考委員が審査し、選定した10語。

物や概念が出現した時に、それを指し示す新しい語が必要になると新語が発生する。これは新語発生のもっとも大きな理由となる。社会の大きな変動によって新しい事物や概念が大量に発生するのは明治以降において著しい。

(2) 心理的理由…既存の事物や概念に対応する語を、新しい語形に言い換え、従来備わっていた語のイメージを変えようとする。または変わることを期待して新語を造り出すことがある。縁起をかつぐための忌み言葉、差別的な言い方を排除するための言い換え語、他者に知られたいくないことを隠そうとする隠語などが主な例である。」としている。

(3) 言語的理由…言語自体に発生した構造上のゆれや変化から、既存の語に変わる語形ができること、または誤った語形が固定化し、結果として新語となることなどの理由が挙げられる。言語的理由には (a) 文字、(b) 発音、(c) 意味、(d) 文法、などのレベルがある。(a) は、国語施策による漢字制限によるものなど、(b) は、同音類義語の存在によって一方の語形を意図的に変えて区別しようとしたものなどがある。(c) は誤用、混淆などによるもの、(d) は不足している品詞を新たに補おうとして造語したものなどがある。また造語行為自体に遊び感覚がともなって生まれる新語も (d) に含まれると考えてよいだろう。

また流行語の発生理由においても同書で以下のようにまとめている。

- (1) 社会的理由…古くは、劇場、寄席、映画などを通じて大衆が親しく接した語が流行語となることがあった。近年は、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、などのマスメディアによって一般社会に広がる例が多い。また、戦時中の政府が行なったスローガンのような例もある。
- (2) 心理的理由…影響力の大きい芸能人、著名人の発言の一部を大衆がまねたり、共感を覚えて使用したりすることで流行語となることもある。そのため、流行語は必ずしも語とは限らず、句や文の形で流通することも珍しくない。
- (3) 言語的理由…語形や意味などのもつ新しさ、奇抜さを大衆が支持して会話に使い、その語を使用すること自体を楽しむことで広がる場合がある。これは(1)(2)とも密接な関係がある。

本稿でも、新語・流行語の発生理由を考える際、上記の分類を援用する。

### 3.3 分析方法

中国の新語・流行語の消長を見るには「百度指数」というサービスを、日本の新語・流行語の消長を見るには「Googleトレンド」というサービスを用い、検索指数を比較する。なぜなら中国の新語・流行語を見る際「Googleトレンド」ではなく、「百度指数」を使うかという点、中国では検索エンジンとして一般的に百度がGoogleよりも普及されているためである。

## 第四章 分析

### 4.1 中国の流行語の分析

まず始めに咬文嚼字の「2016年十大流行語」を分析していく。

#### 1. 洪荒之力

もともと「洪荒」というのは太古の時代を指す言葉で直訳すると「太古の力」である。

つまり、「原始の力、自然の力、偉大な力」といった意味がある。そしてこの言葉が流行した理由としてリオオリンピックの水泳女子100m背泳ぎ準決勝で傅园慧選手がインタビューで「まだ余力は残っていますか。」と聞かれた際に「我已经用了洪荒之力啦。(力を使い果たしました。)」と回答し注目されたことがあげられる。また2014年にも「花千骨」というドラマの中でも「不思議な力」という意味で使われていた。

洪荒之力という言葉は元々存在したものの、人々の使用頻度が極端に低かったものである。分類はテレビを通して多くの人々に知れ渡り、また影響力の大きい著名人の発言から流行したことから、流行語の発生理由(1)(2)とする。

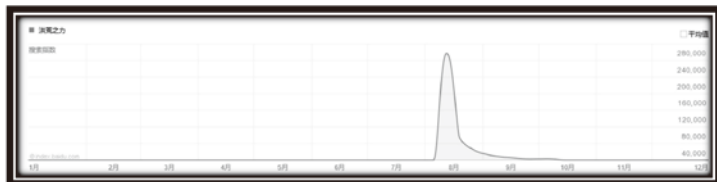


図1 “洪荒之力”の検索指数

## 2. 吃瓜群众

「瓜」は瓜ではなく「瓜子」ひまわりや西瓜の種のことである。インターネットの掲示板で人々が議論している際によくわからないまま発言、意見を述べる人に対し「瓜子を食べている人だ(暇つぶしをしている)」ということで野次馬を指す言葉として使われるようになった。また今では意味範囲が拡大し「よくわからない人、真相のわからない人」という意味で使用される。

分類はマスメディアによって一般社会に広がり、流行したため流行語の発生理由(1)とする。また意味範囲の拡大があった語である。

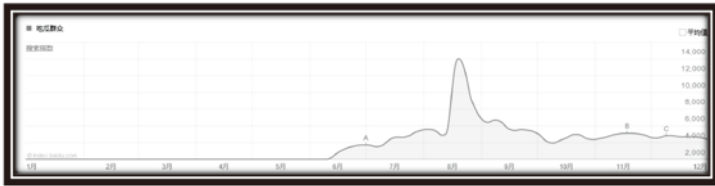


図2 “吃瓜群众”の検索指数

## 3. 工匠精神

これは李克强國務院総理が「政府工作報告」の中で「工匠精神(匠の心)」という表現を使用したことから流行した。その後各方面の企業が次々とこれを提唱し、現在では意味範囲が拡大し「精益求精(絶えず進歩を求め、最善を尽くす)」といった意味で使用される。

分類は影響力の大きい著名人の発言から流行したことから、流行語の発生理由(2)とする。またこの語も意味範囲の拡大が見られた。

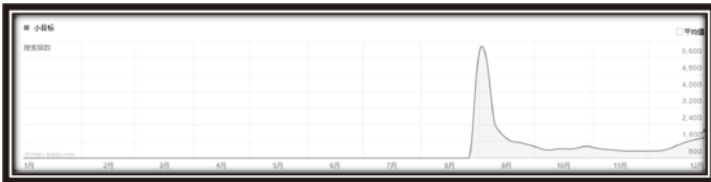


図3 “工匠精神”の検索指数



#### 4. 小目標

「小さな目標」という意味である。これは大連万達グループの会長である王健林が「魯豫有约大咖一日行」という番組内で「很多年轻人想当首富（たくさんの若者が富豪になりたい）」というテーマの際に「想做世界首富，这个奋斗的方向是对的，但是最好先定一个能**达到**的小目标，比如我**挣**1个亿（世界の大家豪になりたいという方向性は間違っていない、しかしまずはやり遂げられる小さな目標を定めることが望ましい、例えば私が一億稼ぐようにね）」という発言をしたことから流行した。

また一般人が一億稼ぐのは決して小さな目標ではないが、王健林にとってみれば確かに小さな目標であり、一般人が大きな目標にたどり着くのは非常に難しいといった意味合いで皮肉、自嘲を含め流行した。

分類は影響力の大きい著名人の発言がマスメディアを通して流行したことから、流行語の発生理由(1)(2)とする。

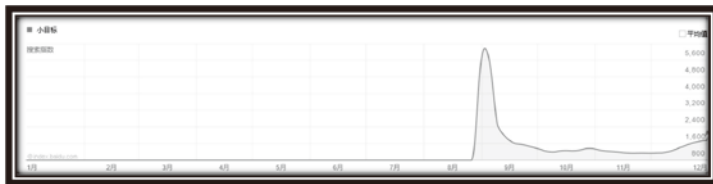


図4 “小目标”の検索指数

#### 5. 友谊的小船说翻就翻

意味は「友情はすぐにひっくり返ってしまう」ということである。

2016年3月11日、喃东尼という人がWeibo上で「友谊的小船说翻就翻」という漫画を公開しました。内容としては二匹のかわいい仲良しペンギンが一隻の船に乗りバランスをとっているが、一匹のペンギンがやせたらどうなってしまうかというものである。

分類はマスメディアによって一般社会に広がり、流行したため流行語の発生理由(1)とする。

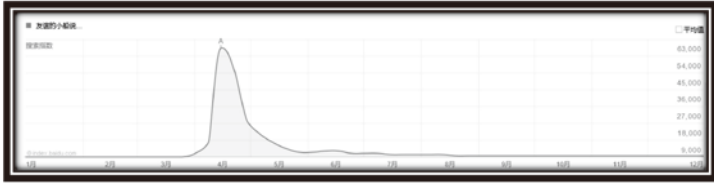


図5 “友誼的小船说翻就翻”の検索指数

## 6. 供給側

この語はそのまま「供給側改革」の意味である。

2015年11月10日、中国共産党中央財經指導グループ第11回会議にて、習近平国家主席が供給側の構造改革を強調したことから広まった。

分類は影響力の大きい著名人の発言から流行したことから、流行語の発生理由(2)とする。

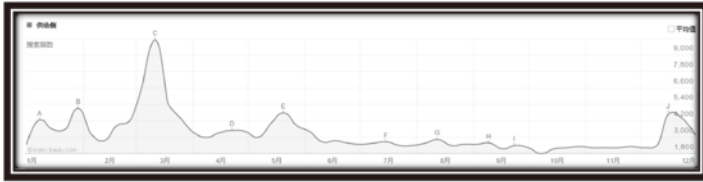


図6 “供給側”の検索指数

## 7. 葛优躺

1993年、葛优が「我爱我家」という喜劇の中で季春生を演じた際に、横になる姿勢が悪かったために葛优躺と呼ばれた。

そのシーンのスタンプがWechatやweibo等のSNSを通して広まり流行した。分類はマスメディアによって一般社会に広がり、流行したため流行語の発生理由(1)とする。

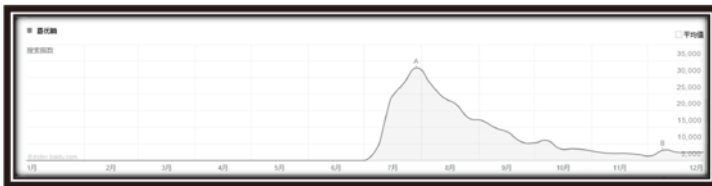


図7 “葛优躺”の検索指数

## 8. 套路

元の意味は少林拳等の中国武術における一連の技術や手順を指すものである。

現在では意味範囲が拡大し、「やり方」、「方法」という意味で使用される。またさらに意味が派生し「一連の策略」といった意味でも使用されている。

分類はインターネットの掲示板等を通して広がったため、流行語の発牛理由(1)とする。また現在使用されている意味が元の意味と異なることから意味範囲の拡大があったことが確認できた。

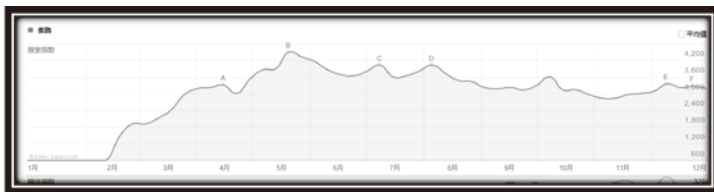


図8 “套路”の検索指数

## 9. 蓝瘦香菇

これは「难受，想哭」が訛ったもので、意味は「辛い、泣きたい」である。広西自治区の青年が失恋し、その様子を撮影しインターネットに公開したところ、広西方言により「蓝瘦香菇（青く痩せているキノコ）」に聞こえたことから造られた造語である。またインターネットでは彼の発言を元にした青いキノコの画像が作られ、SNS等では画像と共に、この語が流行した。またマスメディアによって一般社会に広がり、流行したため流行語の発牛理由(1)とする。さらに語形や意味などのもつ新しさから流行したことから流行語の発牛理由(3)にも当てはまる。

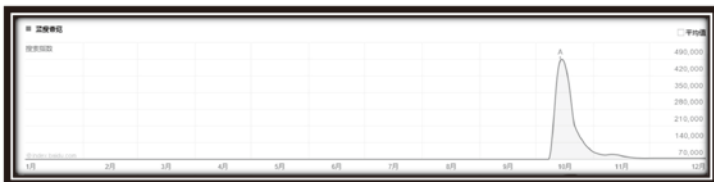


図9 “蓝瘦香菇”の検索指数

## 4.2 中国の新語の分析

ここからは“汉语盘点 2016”の「2016年度十大新词语」を分析していく。

### 1. 两学一做

「2つのことを学び、1つにする」という意味である。ここでの「2つのこと」が指すものは1つが共産党の党規、中国共産党章程である。これは共産党の趣旨、目的、思想、規則、義務や権利など共産党員に合格するために必ず学ばなければならないものである。

もう1つは習近平総書記による重要講話における基本精神のことである。この内容は中国を治めるにあたっての理念、思想、また戦略などである。

重要講話の具体的な内容は「中国外文局」が以下のように発表している。

1. 理想信念是共产党人精神上的“钙”，**树立正确的世界观、人生观、价值观**
2. 中国梦是国家的梦、民族的梦、人民的梦，是中华民族近代以来**最伟大的梦想**，核心要义就是国家富强、民族振兴、人民幸福
3. 中国特色社会主义是**实现中华民族伟大复兴**的必由之路，增强道路自信、理论自信、制度自信
4. “四个全面”战略布局是新的**历史条件下党治国理政总方略**，自觉用“四个全面”**引领各项工作**
5. **坚持创新、协调、绿色、开放、共享发展**是关系我国发展全局的一场**深刻变革**，按照**新发展理念**做好**本职工作**
6. 践行**社会主义核心价值观**，**弘扬社会主义思想道德和中华传统美德**
7. 全面**从严治党**是**全体党员共同责任**，**必须落实到每个支部和每名党员**

「1つにする」というのは、これらを学んだ後に、条件を満たし、共産党員になることを指している。

「**两学一做学习教育**」という形で主に用いられている。

この言葉はこれまで社会に存在せず、新しくスローガンとして掲げるために造られたことから新語の発生理由(1)に分類する。

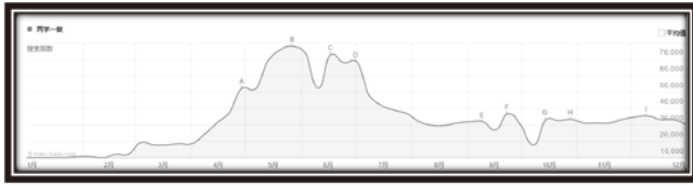


図10 “两学一做”の検索指数

## 2. 表情包

「表情包」とは主に we chat というメッセージアプリで使われるステッカーのことである。

この言葉もこれまでの社会には存在せず、新しい物と呼ぶために造られた語であるため、新語の発生理由(1)に分類する。

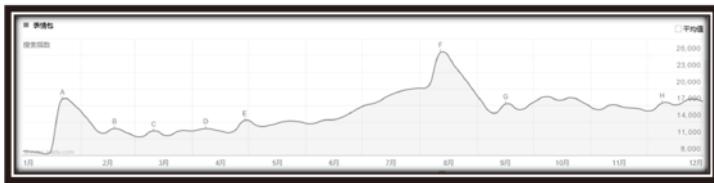


図11 “表情包”の検索指数

## 3. 洪荒之力

この語は流行語で解説したため、詳細は省略する。なお、この語は元々存在したものであり、新語の分類には当てはまらない。

## 4. アルファ囲碁

「アルファ**圍**碁」は英語の AlphaGo を中国語表記にしたもので、これは、Google DeepMind が開発したコンピュータ囲碁プログラムである。

この囲碁プログラムは人工知能を搭載し、自ら学習することで知られ、2016年3月には世界戦優勝経験のある李世**石**に4勝1敗と勝ち越したことから注目を浴びた。

この語もまた、これまでの社会には存在せず、新しい物と呼ぶために造られた語であるため、新語の発生理由(1)に分類する。

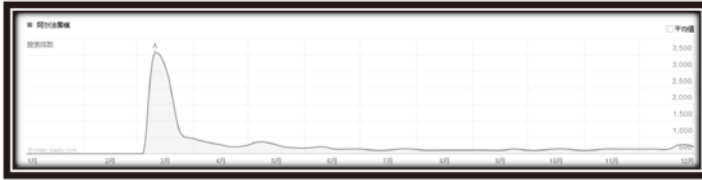


図 12 “阿尔法围棋”の検索指数

## 5. 摩拜单车

これは「Mobike」というシェア自転車サービスの事を指す。北京摩拜科技有限公司によって2016年4月に上海でサービスが始まり同年9月からは北京でサービスが始まった。

分類はこれまで社会に存在せず、それを指し示すために発生した語であるため新語の発生理由(1)とする。

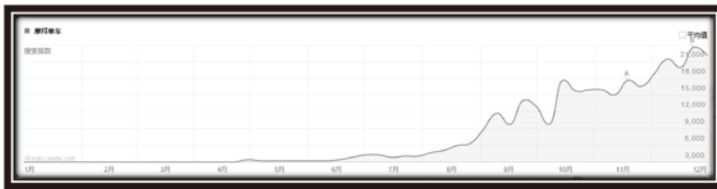


図 13 “摩拜单车”の検索指数

## 6. 吃瓜群众

この語は流行語で解説したため、詳細は省略する。

分類はこれまで社会に存在していない概念を指しており、かつ造語自体に遊び感覚が伴っているため新語の発生理由(1)と(3)(d)とする

## 7. 闺蜜门

「闺蜜」というのは女性の親友を表している。また「门」というのは中国で継続的に反響が続くニュースに付けられる。主にスキャンダラスなニュースにつけられる事が多い。つまり闺蜜门は韓国の朴槿惠元大統領と崔順実のスキャンダルを表している。

分類はこれまで社会に存在しなかった新しい事件に対し発生した造語であるため、新語の発生理由(1)とする。

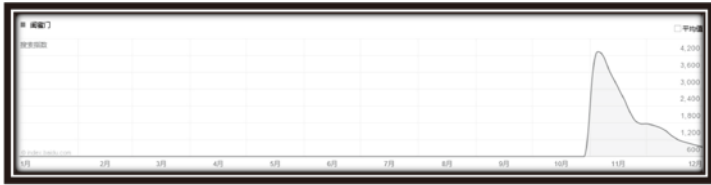


図 14 “閨蜜们”の検索指数

#### 4.3 日本の流行語の分析

ここからはユーキャン選考委員によって選ばれた「2016ユーキャン新語・流行語大賞」の中から流行語を分析していく。

##### 1. 神ってる

これは2016年6月18日のプロ野球セリーグ・パリーグ交流戦にて2試合連続で本塁打を放った鈴木誠也選手に対し、緒方孝市監督が「今どきの言葉と言うなら神ってるよな」と発言したことから広まった。

分類は影響力の大きい著名人の発言がメディアを通して広まり、また語形の持つ新しさや奇抜さが支持し流行したため流行語の発生理由の(1)(2)(3)とする。

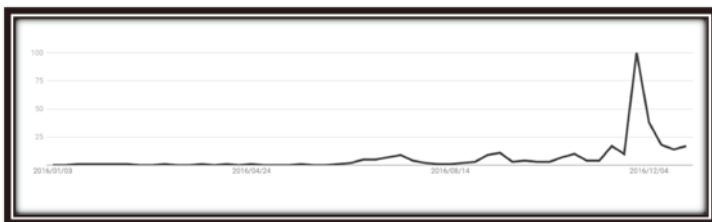


図 15 “神ってる”の検索指数

##### 2. ゲス不倫

2016年1月7日週刊文春でベッキーと川谷絵音の不倫が報じられ、インターネットを通し多くの人に知れ渡った。

川谷絵音が「ゲスの極み乙女」というバンドに所属していたことから、この一連の不倫はゲス不倫と呼ばれた。

分類はこの不倫騒動がメディアによって広まり、またこの語形の持つ新しさや奇抜さを大衆が支持し、流行したため流行語の発生理由の(1)(3)とする。

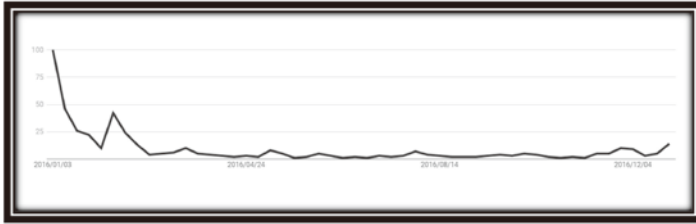


図 16 “ゲス不倫”の検索指数

### 3. 聖地巡礼

この語は元々宗教における聖地を参拝することの意味だが、今回の流行語ではファンが映画の舞台を聖地と称し訪れる意味で多く使用された。

映画「君の名は」が大ヒットし、このことから「君の名は」も舞台になった場所を訪問するファンが多く、聖地巡礼という言葉が多く使われた。

分類はマスメディアを通して一般社会に広がったため流行語の発生理由の(1)とする。

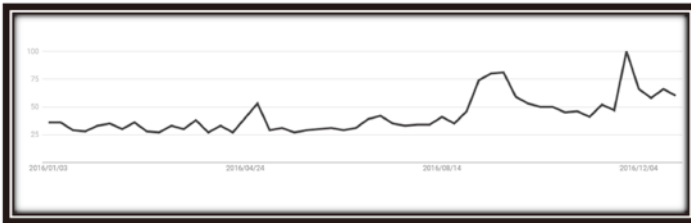


図 17 “聖地巡礼”の検索指数

### 4. PPAP

この語 Pen-Pineapple-Apple-Pen の略称である。お笑い芸人「古坂大魔王」が「ピコ太郎」というキャラクターを演じ、ダンスをする。2016年9月に Twitter にてジャスティン・ビーバーに Youtube のリンクを紹介されたことをきっかけに世界中に広まった。

分類は著名人によってマスメディアを通して紹介され広まったため流行語の発生理由の(1) (2)とする。





図 18 “PPAP”の検索指数

### 5. 保育園落ちた日本死ね

この語は2月15日にブログにて綴られた語である。保育園の抽選に落ちたことから過激な語を用いて綴られている。後に衆院予算委員会の国会質問でも取り上げられ、多くの人々に知れ渡った。尚このブログは「はてな匿名ダイアリー」に匿名で投稿されたものであった。

分類は、マスメディアを通し広まったことから流行語の発生理由の(1)とする。

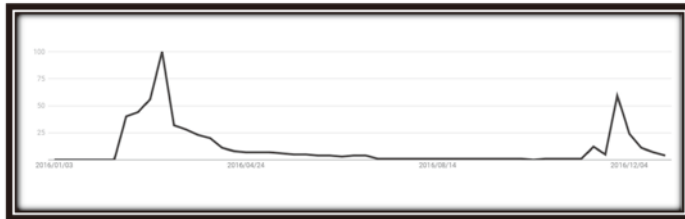


図 19 “保育園落ちた日本死ね”の検索指数

### 6. ポケモン GO

これはナイアンティックと株式会社ポケモンによって共同開発されたスマートフォン向けゲームの名称である。2016年7月22日に日本でのサービスが開始された。ポケモン GOは「モバイルゲームの中では最初の1カ月で最も売り上げを集めた。」「モバイルゲームの中では最初の1カ月で最もダウンロードされた」など、合計で5つのギネス記録を受賞し、大きな注目を集めた。

しかし同時にスマートフォン利用者のマナーの悪さを指摘する声も多く、実際に一部ではバスの運転中にポケモン GOを操作する不祥事が社会問題となっている。

分類はマスメディアを通して一般社会に広がったため、流行語の発生理由の(1)とする。

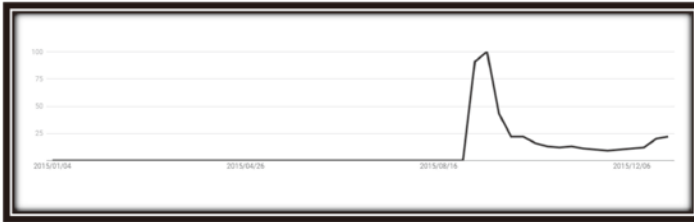


図 20 “ポケモン GO”の検索指数

## 7. マイナス金利

2016年2月16日、日本銀行が金融緩和政策としてマイナス金利を導入したことで広く知れ渡った。これは預金金利をマイナスにすることで金融機関が企業への貸し出しや投資に資金を回すように促し、景気の回復を促した。

分類はマスメディアを通して一般社会に広がったため、流行語の発生理由の(1)とする。

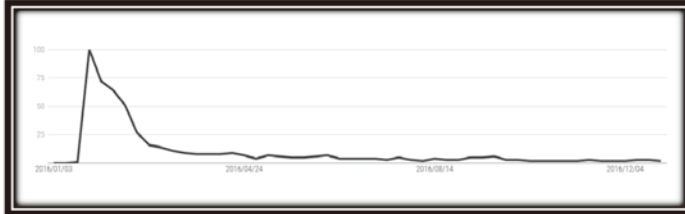


図 21 “マイナス金利”の検索指数

## 4.4 日本の新語の分析

ここからは三省堂の辞書編纂をしている選考委員によって選ばれた「今年の新語 2016」の中から新語を分析していく。

### 1. ほぼほぼ

「ほぼ」を繰り返すことで「ほほ」よりも割合を高めた言い方である。

分類は繰り返すことで強調の意味を付け加えられたことから新語の発生理由の(3) (b)とする。

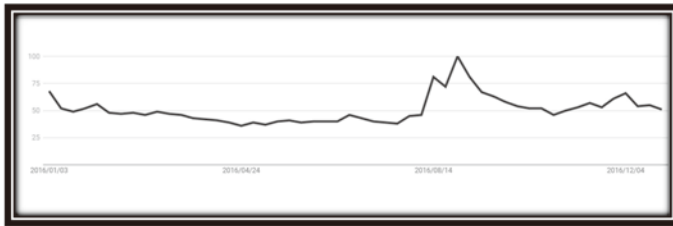


図 22 “ほぼほぼ”の検索指数

## 2. エモい

英語の「Emotion」を略し、「い」を付け形容詞化したものである。主に音楽などに対し、情緒がある、感情に訴えかけてくる等の意味で使用される。分類は誤った語形が固定化し、また造語行為自体に遊び感覚がともなって新語となったため、新語の発生理由(3)の(c)、(d)とする。

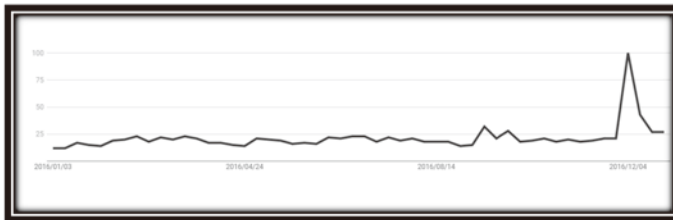


図 23 “エモい”の検索指数

## 3. ゲスい

この語は身分が低い人、心が卑しい人を意味する「下衆」や「下種」に「い」を付けて形容詞化したもので、「下劣な」という意味で使用される。

分類は誤った語形が固定化し、また造語行為自体に遊び感覚がともなって新語となったため、新語の発生理由(3)の(c)、(d)とする。

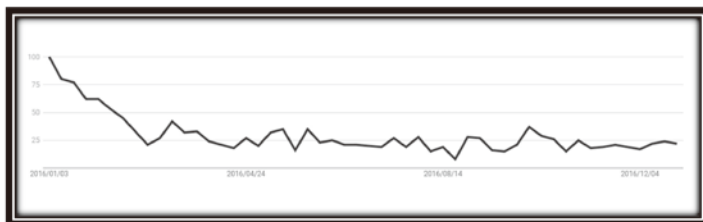


図 24 “ゲスい”の検索指数

#### 4. レガシー

英語の「legacy」をカタカナ表記にしたものである。また英語の「legacy」の意味は「遺産」や「遺物」であるが、「レガシー」の場合はイベントの際につくった施設等が後に再利用できることを表す。

分類は不足している品詞を新たに補おうとした表現であることから新語の発生理由の(3)(d)とする。

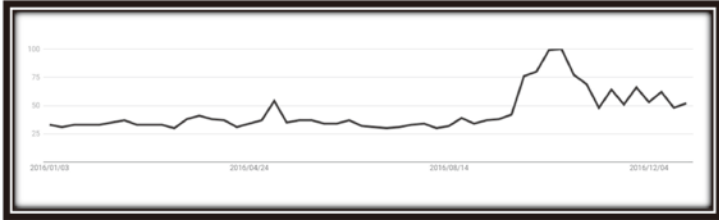


図 25 “レガシー”の検索指数

#### 5. ヘイト

この語ももとは英語の「hate」をカタカナ表記にしたものである。英語の「hate」は「憎む」や「憎悪する」の意味であるが、カタカナ表記の場合は「憎しみによる差別的な行為」を指す。

憎しみによる差別的な行為を表すために「hate」をカタカナ表記にして表したものであるため、分類は新語の発生理由の(1)とする。

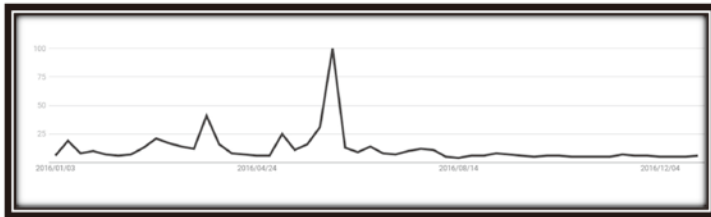


図 26 “ヘイト”の検索指数

#### 6. スカーチョ

ガウチョパンツの脚部分の幅を広げ、シルエットをスカートのようにしたパンツのことである。

この語はこれまで社会に存在しない物を指し、さらに「スカート」と「ガウチョパンツ」を合わせた造語であるため、分類は(1)(3)(d)とする。

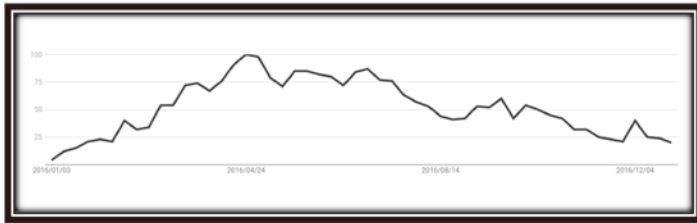


図 27 “スカーチョ”の検索指数

## 7.VR

英語の「virtual reality」である。コンピュータを使用し視覚的・聴覚的に捉えられる映像を作り出すことである。またその技術のことである。

分類はそれまで社会に存在しなかった新しい物や概念を指し示すために出現したため、新語の発生理由の(1)とする。

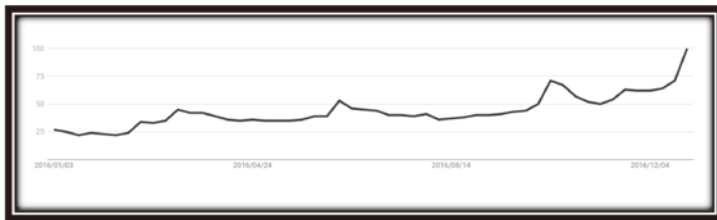


図 28 “VR”の検索指数

## 8. 食レポ

食品レポートの略語である。レポートは英語の「report」であり「報告」である。分類はこれまで社会に存在しなかった事を指し示すため新語の発生理由の(1)とし、また日本語と外来語を組み合わせた造語行為であり、遊び感覚がともなって生まれたため新語の発生理由の(3) (d)とする。

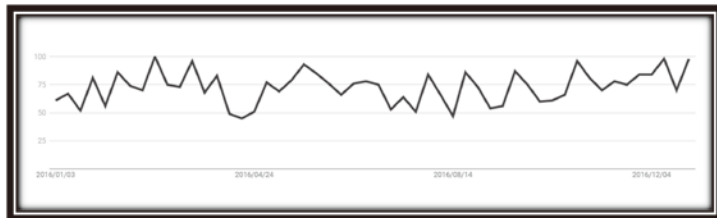


図 29 “食レポ”の検索指数

## 9. エゴサ

「エゴサーチ」の略語である。この語はラテン語で「自己」を意味する「ego」と英語で「調査する」を意味する search を合わせた語である。

意味は自分の名前などをインターネットで検索し、その評価を確認することである。

分類はそれまで社会に存在せず、気付かれなかった概念が出現し、それを指し示す新しい語として出現したため、新語の発生理由の(1)とする。

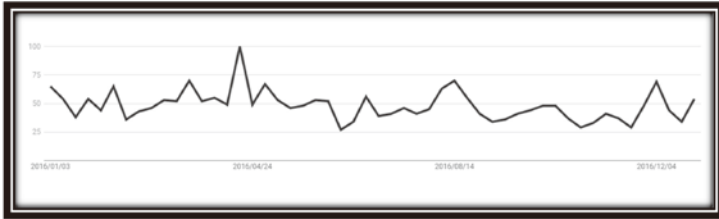


図 30 “エゴサ”の検索指数

## 10. パリピ

この語もまた英語の「party people」を「パーリーピーポー」と聞こえることから、それをそのままカタカナ表記にしたものである。パーティーのような、はなやかで盛り上がることを好む人々のことを指す。

分類はそれまで社会に存在せず、気付かれなかった新しい事物や概念を指し示すために出現したため新語の発生理由の(1)とする。

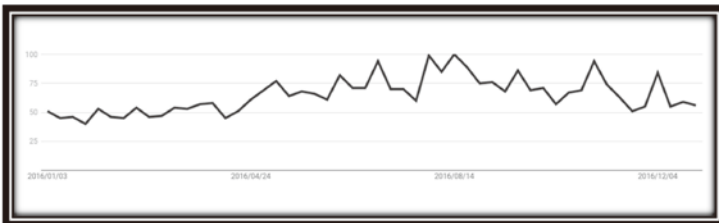


図 31 “パリピ”の検索指数

## 第五章 考察

### 5.1 まとめ

中日両国の流行語の発生理由の分類結果から比較していく。

中国の流行語では発生理由の分類(1)が「洪荒之力」「吃瓜群众」「小目标」「友谊的小船说翻就翻」「葛优躺」「套路」の6語、分類(2)が「洪荒之力」「工匠精神」「小目标」「供给侧」の4語、分類(3)が「蓝瘦香菇」の1語であった。

これに対し日本の流行語では発生理由の分類(1)が「神ってる」「ゲス不倫」「聖地巡礼」「PPAP」「保育園落ちた日本死ね」「ポケモンGO」「マイナス金利」の7語、分類(2)が「神ってる」「PPAP」の2語、分類(3)が「神ってる」「ゲス不倫」の2語であった。

分類(2)において中国の方が日本より2語多かったことから、中国の方が日本よりも影響力の大きい有名人や著名人の発言が流行する傾向があることが明らかとなった。また人々の関心が影響力の大きい有名人や著名人に集まっているとも考えられる。

また中国の流行語では「工匠精神」「吃瓜群众」「套路」の3語において意味範囲の拡大が見られた。これらは日本の新語と流行語には見られない特徴である。

ここからは中日両国の新語の発生理由の分類を比較していく。

中国の新語では発生理由の分類(1)が「两学一做」「表情包」「阿尔法围棋」「摩拜单车」「吃瓜群众」「闺蜜门」の6語、分類(2)が0語、分類(3)は(d)が「吃瓜群众」の1語であった。

これに対し日本の新語では発生理由の分類(1)は「ヘイト」「スカーチョ」「VR」「エゴサ」「パリピ」の5語、分類(2)が0語、分類(3)では(b)が「ほほほほ」の1語、(c)が「エモい」「ゲスい」の2語、(d)が「エモい」「ゲスい」「レガシー」「スカーチョ」「食レポ」の5語であった。

新語の発生理由(2)が中日両国ともに見られなかったことから、両国共に近年では既存の物事や概念に対応する語を言い換え、イメージを変えるための心理的理由による新語の出現が非常に少ないと考えられる。

また分類(3)において、中国の新語が「吃瓜群众」の(d)が1語なのに対して、日本の新語では「エモい」「ゲスい」「レガシー」「スカーチョ」「食レポ」の5語と大きな差が見られた。日本では中国よりも遊び感覚が伴って生まれた造語が多く見られた。

また日本の新語では中国の新語には見られなかった(b)が「ほほほほ」1語、(c)では「エモい」「ゲスい」の2語が見られた。

それから外来語が含まれているもので分類すると、中国では新語の「アル法圍棋」1語のみに対し、日本では流行語に「アモーレ」「マイナス金利」の2語、新語に「エモい」「レガシー」「ヘイト」「スカーチョ」「VR」「食レポ」「エゴサ」「パリピ」の8語が含まれていた。このうち「アモーレ」「レガシー」「ヘイト」「VR」の4語は外来語をそのままカタカナ表記やアルファベット表記にして使用されているものである。

「マイナス金利」「食レポ」の2語は外来語に従来の日本語を合わせた造語である。「エモい」は外来語に「い」を付け形容詞化したものである。「エゴサ」「パリピ」の2語は英単語をカタカナ表記にした後、それを略した形で使用されている。

表3 分類後の中国の新語・流行語

	2016年十大流行語 (咬文嚼字)	分類	2016年度十大新語 (汉语盘点)	分類
1	洪荒之力	(1) (2)	两学一做	(1)
2	吃瓜群众	(1)	冻产	×
3	工匠精神	(2)	表情包	(1)
4	小目标	(1) (2)	洪荒之力	分類なし
5	一言不合就 XX	×	阿尔法圍棋	(1)
6	友谊的小船说翻就翻	(1)	网络大电影	×
7	供给侧	(2)	摩拜单车	(1)
8	葛优躺	(1)	山寨社团	×
9	套路	(1)	吃瓜群众	(1) (3) (d)
10	蓝瘦香菇	(3)	闺蜜门	(1)

表4 分類後の日本の新語・流行語

	2016 ユーキャン 新・流行語大賞 (ユーキャン)	分類	今年の新語 2016 (三省堂)	分類
1	神ってる	(1) (2) (3)	ほぼほぼ	(3) (b)
2	ゲス不倫	(1) (3)	エモい	(3) (c) (d)
3	聖地巡礼	(1)	ゲスい	(3) (c) (d)
4	トランプ現象	×	レガシー	(3) (d)



5	PPAP	(1) (2)	ヘイト	(1)
6	保育園落ちた日本死ね	(1)	スカーチョ	(1) (3) (d)
7	アモーレ	×	VR	(1)
8	ポケモンGO	(1)	食レポ	(3) (d)
9	マイナス金利	(1)	エゴサ	(1)
10	盛り土	×	パリピ	(1)

## 5.2 まとめ

中日両国の新語・流行語の発生理由を比較した結果、中国の方が日本よりも影響力の大きい有名人や著名人の発言が流行する傾向があることが明らかとなった。このことから日本より中国のほうが影響力の大きい有名人や著名人に関心があると考えられる。

それから心理的理由が中日両国ともに見られなかったことから、両国共に既存の物事や概念に対応する語を言い換え、イメージを変えるための新語の出現が非常に少ないと考えられる。これは日中両国ともに表現が充実しており、新しくイメージを変える必要がなくなったためと考えられる。

また中国の流行語では「工匠精神」「吃瓜群众」「套路」の3語において意味範囲の拡大が見られた。

日本の新語において10語中8語が外来語を含んでいる。そのうち4語は外来語をそのままカタカナ表記にしたものである。また2語は外来語に従来の日本語を合わせた造語であり、そのほかの2語も外来語をカタカナ表記にしたのち、「い」を付け形容詞化したものであった。一方、中国の新語・流行語では外来語を含むものは1語のみであった。これは日本では海外からの影響を強く受けているとともに、日本独特のカタカナ表記の存在によってそれらをそのまま表現することが可能なためこのような結果になったと考えられる。それに対し、中国語は表意文字で、外来語を取り入れる際、音より意味で訳して中国語の語彙体系に取り入れる方式が一般的であるため、外来語の発音に当て字をする手法に抵抗が強い。

## 第六章 おわりに

本稿で中日両国の新語・流行語の発生理由を比較し分類した結果、発生理由

においても大きな違いが見られた。しかしながらそこから社会的背景が新語・流行語にどのように影響を与えているのかは解明できなかった。

本稿で分析対象とした語は中国の新語・流行語が16語、日本の新語・流行語が17語であったため、全体数が少なく結果に偏りがあった。また分類方法においても新語・流行語ともにそれぞれ3種類の発生理由分類では細かく分類しきれず結果に影響を与えた可能性もある。

機会があれば今回よりも広い範囲の分析対象をより細かく分析し、日中両国の新語・流行語の比較を行っていきたい。

## 参考文献

- 沖森卓也・木村義之・田中牧郎・陳力衛・前田直子著(2011)『図解 日本の語彙』(三省堂)pp.144-147
- 趙蔚青(2014)「2013年中国の新語・流行語」：愛知大学中日大辞典編集部 3号 pp.179-189
- 趙蔚青(2015)「2014年中国の新語・流行語」：愛知大学中日大辞典編集部 4号 pp.255-264
- 趙蔚青(2016)「2015年の中国の新語・流行語」：愛知大学中日大辞典編集部 5号 pp.141-154
- 趙蔚青(2017)「2016年中国の新語・流行語」：愛知大学中日大辞典編集部 6号 pp.107-122
- 馬麗梅(2013)「中国におけるインターネット流行語の現状と普及の諸要因」『言語と文化』No.32 pp.95-119
- 別司大典(2016)「『新語・流行語分析：Google Trends を利用して』『論文集：金沢大学人間社会学域経済学類社会言語学演習』11巻29号 pp.29-46

## 2016年十大流行語：

<http://baike.baidu.com/item/2016%E5%B9%B4%E5%8D%81%E5%A4%A7%E6%B5%81%E8%A1%8C%E8%AF%AD/20282350?fr=aladdin> (2017年11月23日 閲覧)

『現代用語の基礎知識選』ユーキャン新語・流行語全受賞記録：

<http://singo.jiyu.co.jp/detail.html> (2017年11月23日 閲覧)

三省堂 「今年の新語2016」の選考結果：

<http://dictionary.sanseido-publ.co.jp/topic/shingo2016/2016Best10.html> (2017年11月23日 閲覧)

百度指数：

<http://index.baidu.com/?tpl=trend&word=%B0%D9%B6%C8%D6%B8%CA%FD> (2017

年 11 月 23 日 閲覧)

Google Trends:

<https://www.google.co.jp/trends/> (2017 年 11 月 23 日 閲覧)

中華人民共和国教育部:

[http://www.moe.gov.cn/s78/A19/moe\\_814/201612/t20161221\\_292601.html](http://www.moe.gov.cn/s78/A19/moe_814/201612/t20161221_292601.html) (2017 年 11 月 23 日 閲覧)

中国外文出版发行事业局

[http://www.cipg.org.cn/zthd/lxyz/jnwj/201606/t20160622\\_800060067.html](http://www.cipg.org.cn/zthd/lxyz/jnwj/201606/t20160622_800060067.html) (2017 年 11 月 23 日 閲覧)