

時間経過に伴う言葉の動態に関する考察

大橋 純一

Consideration of the Dynamics of Words over time

OHASHI, Junichi

Abstract

This paper examines which new words and buzzwords that were once popular are likely to become obsolete over time, and which are likely to remain. We examine its characteristics by comparing two surveys targeting university students. Specifically, we selected words that were nominated as buzzwords during the five years from 2004 to 2008 in the U-Can New Words and Buzzwords Awards, and categorized them into eight types from a unique perspective. Based on this, we conducted the same survey in 2009 and 2023 and compared the actual trends seen over the short-term and medium-term spans. As a result, it was found that there is a tendency for language changes based on the characteristics of each type. In addition, as a result of examining variations in changes based on specific words, it was found that there are two types. One is that popular words are replaced by other words as they are updated, and the other is that once established words overwhelm other words and become independent.

Key Words: Dynamics of Words, Short and Medium Term, New Words and Buzzwords, Types of New Words and Buzzwords

キーワード: 言葉の動態, 短・中期的スパン, 新語・流行語, 新語・流行語のタイプ (型)

1. はじめに

本稿は、新語・流行語をテーマとして、筆者が約15年前に実施した調査データ（以下、前調査）に基づき、それと同じ調査^{注1}を行い（以下、本調査）比較することで、その間の言葉の動態を考察するものである。具体的には大橋純一（2010）の第2節^{注2}との比較を行う。

言語調査において、一般に新語・流行語と呼ばれるものを扱うことは、現にその時点で生じている言葉の動きをダイレクトに観察しうる点で興味深い。またそれは、言葉を取りまく社会や、それに伴う人の志向の変化なども密接に関わることから、言葉の動きそのものを捉えるのみならず、そうした事態を生む背景の考察にも何らかのヒントを与えてくれるものであると考えられる。

詳しくは後述するが、大橋純一（2010）の第2節は、「ユーキャン新語・流行語大賞」で2004～2008年の5年間に流行語としてノミネートされた語を中心に調査語を選定し、独自の観点から性質分けしたうえで、各タイプがどのような消長の傾向にあるかを、当時の大学生を調査対象に対比したものである。主として流行から5年以内という枠組みではあるが、同時期に多くの人が口にした（または耳にした）であろういわゆる旬な語でも、きわめて短期間に廃れるものがあれば、相応に使用や認

識が持続するものもあることが、前調査の比較からはうかがえた。本調査は、それから約15年が経過した現状において、同じ語が、同じ世代層で、どのような使用や認識の実態にあるかを追跡しようとする。^{注3} 前調査が流行から間もない言葉の動態を短期的なスパンで捉えたものと位置づけられるならば、本調査ではそれよりも長く中期的なスパンで捉え、前者で確認された傾向の経時的な推移の実態を探ってみようというものである。^{注4}

2. 調査の概要

2.1 前調査

上記のとおり、本稿では主として大橋純一（2010）の第2節との比較を行う。前稿は2009年7月に、大学生130名を対象に行ったアンケート結果（①新語・流行語、②文字・表記、③文法・敬語法、④表現法・修辞法）に基づいている。大学生を対象としたのは、インターネットなどの情報媒体に早くから適応してきた世代であること、将来的な日本語の担い手であるこの世代の実態を通して、日本語の今とその今後の動きをより直近の情報として探ろうとしたためである。第2節では、この中の①に着目し、どのような性質の語が衰退または維持されやすいのか、またそのことに社会情勢や生活環境などがど

う関わるのかを問題にした。そのために、調査時の2009年を基点に、過去5年間(2004～2008年)に流行語としてノミネートされた語を中心にピックアップし、それらを性質別に以下の8つの型にタイプ分けしたうえで、それぞれの消長を考察した(「現代用語の基礎知識」選 ユーキャン新語・流行語大賞。[]内はノミネートの年もしくは流行年)。なお対比する観点として重要と判断したもの^{注5}は、上記の流行年やノミネートの有無に関わらず、項目に加えたものがある。^{注6}また前稿で調査データは得ていたが、データ数が他と均一でないために考察から外したもの(下記の下線の6語)があるが、今回の比較では、それらも含めて実態を見ることにする。^{注7}

- ・発声型：特定の個人が発したギャグで、意味よりも音のイメージを優先するもの
グー！！(エド・はるみのギャグ) [08], フォー！！(レーザーラモンHGのギャグ) [05]
- ・感情型：感情や感覚を言い表した言葉で、インパクトや音のイメージを併せ持つもの(個人が特定されないものも含む)
どんだけえ～(IKKOの口癖) [07], 萌え～(秋葉原のメイドが発した言葉) [05]
- ・社会問題型：社会現象であり、その言葉により社会全体の認識が高まったもの
アラフォー(40歳前後の人) [08], 後期高齢者(75歳以上の高齢者) [08], メタボ(メタボリックシンドローム) [06], 狂牛病(牛の病気) [01]
- ・名言型：特定の個人が広めた言葉で、広まるきっかけとなる事物・事象があるもの
どげんかせんといかん(東宮原宮崎県知事(当時)が言った言葉) [07], チョー気持ちいい(水泳・北島康介のオリンピックインタビューでの発言) [04]
- ・愛称型：親しみを持って呼ぶ言い方で、その言葉から特定の個人や個性、事物を連想させるもの
ハンカチ王子(斎藤佑樹が甲子園でハンカチを使って汗をぬぐったことからの愛称) [06], ちょいモテおやじ(女性の好感を得ようとオシャレに気遣う中年男性) [05], タマちゃん(多摩川に現れたアザラシ) [02]
- ・ヒット商品型：特定の個人や企業などが広めた商品で、その言葉に対応する事物が実際に存在するもの
冬ソナ(韓国ドラマ「冬のソナタ」) [04], セカチュー(映画「世界の中で愛を叫ぶ」) [04], たまごっち(バンダイから発売された携帯ペット育成ゲーム) [97]
- ・挨拶短縮型：挨拶言葉を短縮して言ったもの

おっはー(慎吾ママ：香取慎吾が扮したキャラの決まり文句) [00], あけおめ・ことよろ(正月の挨拶言葉)

- ・既存語脚光型：普段は特別に脚光を浴びることのない言葉であるが、ある事物・事象と関わって注目されるようになったもの

大食い [07], 品格 [06], 刺客 [05]

注)「あけおめ・ことよろ」は、注6で示した参考文献によっても流行年は特定できない。

2.2 本調査

2023年5～10月にかけて、秋田大学生1～3年生計228名を対象に、①上記21語の使用や認識の有無を問うアンケートを行った。また本稿の4節で扱う②言い換え表現(「今風・流行に乗っている・すごく(いい)」「とても(面白い)」)についても同アンケートに加味して行った。^{注8}対象は筆者の授業の履修者で、いずれも教育文化学部生である。注1に記したとおり、アンケートはGoogleフォームを用いたWeb回答形式で、①は「今も使うことがある・以前使ったことがある・知っているが使ったことがない・知らない」の4択から1つを選択するもの、②は言い換え表現として使用するものを複数回答可として選択するもの(選択肢以外がある場合は「その他」を選択し、当てはまる言葉を記すもの)とした。

3. 型別の傾向

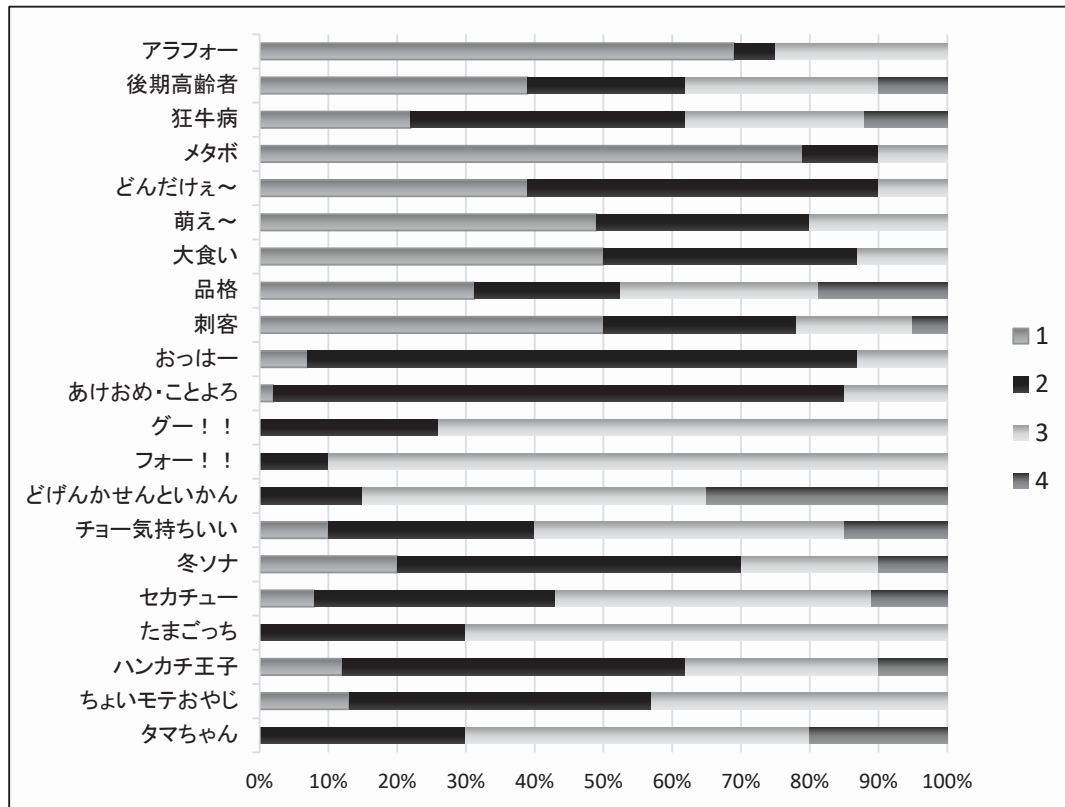
3.1 前調査結果の概要

以下には、前調査で収集した結果の一覧を参照し(図1)、大橋純一(2010)で述べた型別の傾向を要約しつつ、その概要を確認・共有する。なお図1には前稿では載せていない上記6語のデータも含めて示し、傾向の要約にもそれらを加味して記す。

- 1(今も使う)と2(使ったことがある)が大勢を占める

「社会問題型」(アラフォー、後期高齢者、狂牛病、メタボ)、「感情型」(どんだけえ～、萌え～)、「既存語脚光型」(大食い、品格、刺客)

1と2が主要な回答であり、流行に際してより多くの人が実際に口にしている(した)語である割合が高い。「社会問題型」はその事象が未解決で現在にも通じている課題であること、「感情型」は(後述の「発声型」にも似ているが)無意味語ではなく、感情・感覚的な意味を併せ持つこと、「既存語脚光型」は文字通り既存の語であり、脚光を抜きにしても認識の度合いが潜在的に高いことが背景にあると考えられる。



1. 今も使うことがある 2. 以前使ったことがある 3. 知っているが使ったことがない 4. 知らない

図1 前調査(2009)の型・調査語別状況

b. 1 (今も使う) が消え、ほぼ2 (使ったことがある) に特化して現れる

「挨拶短縮型」(おっはー, あけおめ・ことよろ)
かつて国民的な周知のもとに使われた語が、短い歳月の中で一気に前使用語へと押しやられていった状況が読み取れる。「挨拶表現」は元来、語の意味をとり交わしたり同調し合ったりするものではなく、皆がそれとわかるマーカーとしての語形があることで実質的な機能が果たされる。2にほぼ特化されるのは、そうした機能が根底にありつつ、時間・空間を超えて長らく習慣化されてきた語(「おはよう」その他)の強大な力の前で、結局はそれらを凌ぐ新表現が立ち行かなかったことを意味するものと考えられる。

c. 1 (今も使う) が消え、2 (使ったことがある) も小勢力となり、結論的にはほぼ3 (知っているが使ったことがない) に限定されて現れる

「発声型」(ゲー！！, フォー！！)

1の回答が全くなく、早々に不使用語となっている一方、4 (知らない) の回答も同じく皆無というものである。先の「感情型」とは対照的に、これらの語が単に感声的表現で意味を伴わないこと、よって「印象に残りやすく知ってはいるが使うことはない」3の回答に偏向し

がちだったことが考えられる。^{注9}

d. 1 (今も使う) が少なく、2 (使ったことがある) 以下の回答が主体であるが、語また個人により差が大きい

「名言型」(どげんかせんといかん, チョー気持ちいい), 「ヒット商品型」(冬ソナ, セカチュー, たまごっち), 「愛称型」(ハンカチ王子, ちよいモテおやじ, タマちゃん) これに属するタイプの語は、人の発言、呼び名、流行りの商品など、個人の嗜好や愛着の度合いが影響することから、個人差が大きく、一過性の現象にもなりやすいことが想像できる。^{注10}特に「冬ソナ」や「ハンカチ王子」といった語は、ブームの火つけ役となったファン層または世代層が特定でき、その層とは必ずしも合致しない当該の調査データ(大学生)が圧倒的な傾向を示さないのもうなずけるところである。これらの語を大学生という属性で見ると、おそらくは調査の母集団ごとに1～4のブレが大きく現れる一方、これよりも上の世代層では1を筆頭に、より安定した回答状況が把握されるものと思われる。その点では、「名言・ヒット商品・愛称型」のようなタイプの語は、新語・流行語の中でも関わりを持つ個人やその時々々の社会情勢との相関が強く、もっともそれらしい性質を具えたものといえるかもしれない。

3.2 本調査結果の前調査結果との比較

ここでは、前調査結果（図1）に対し、同じく本調査結果を図2に示し、上に確認した前調査結果のa～dの概要が、本調査においてどのような推移の実態を呈しているかを考察する。

(1) a:「アラフォー」～「刺客」

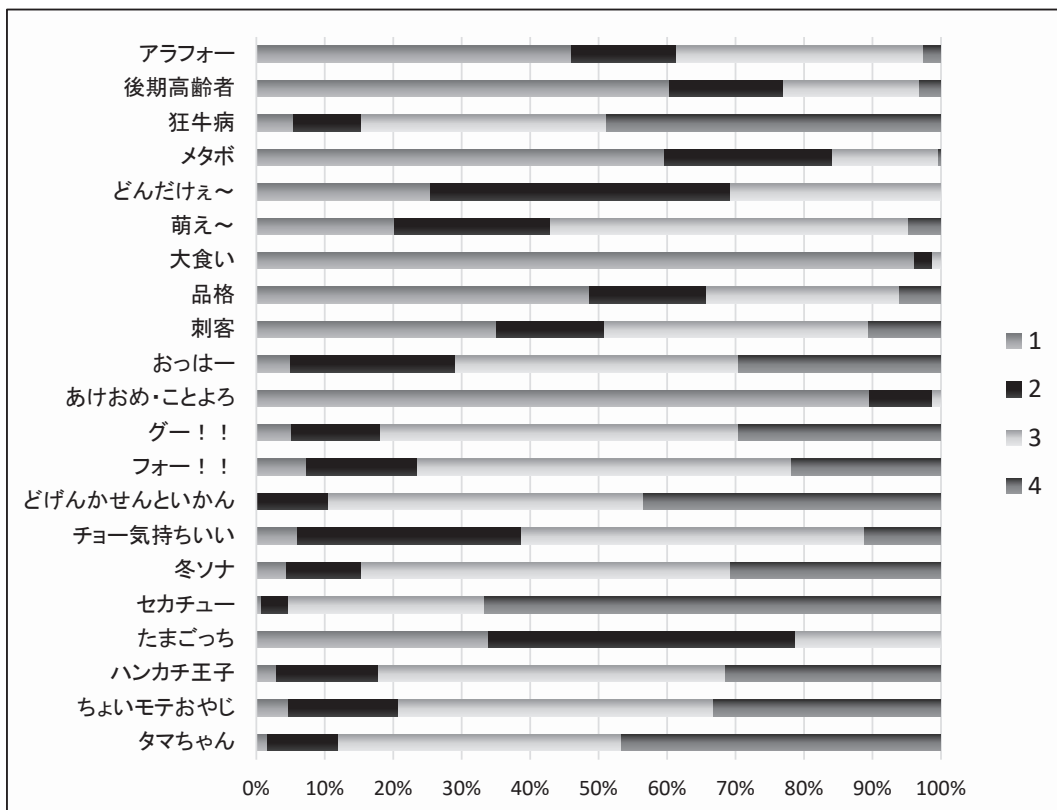
これに属する3つの型（「社会問題・感情・既存語脚光型」）は、前調査ではいずれも1と2が大勢を占め、タイプ別では特に人や社会への浸透度が高かったものである。その視点で図2を見ると、上記の各型は約15年が経った本調査でも、まずは類似する傾向が抽出されるとみとめることができる。つまり先述した「現在も未解決の課題であること」、「感情・感覚が伴う意味語であること」、「既存の語であること」の各背景が、これらの語の使用または前使用としての認識を変わずに下支えていることがうかがえる。

しかしこの間、個別の語に即して見ると、前調査とは大きく様相を異にしているものもある。ひとつは「狂牛病」である。1・2の総計が前調査から約45%減であるのに加え、4（知らない）の割合が50%近くまで伸長している。またその関わりでいえば、増減幅こそ「狂牛病」の比ではないが、「後期高齢者」は逆に1・2が

15%強の増。前調査以上に定着の度合いが増している。この2語はともに「社会問題型」であり、当該の“問題”の解決・未解決がその語の存続・非存続に反比例する関係にあることが想定できる。それに照らし合わせるならば、「狂牛病」は国の規制や対策もあって“問題”が長期化せず、人の関心およびそれを代弁する言葉の使用の必然が徐々に薄れてしまったことを象徴していると考えられる。対して「後期高齢者」が増加に転じているのは、前調査段階で端緒となった“問題”の所在がここ10余年で一層明確化し、これに関わる医療制度の施行とも相まって、人への周知が一段と加速化したことが要因と考えられる。

他方、「大食い」は前調査から1が一気に伸長する。この語は前調査でこそ「既存語脚光型」であるが、今や「大食い」はテレビ番組の定番であり、いわゆる大食いタレントも各種メディアでひとつのジャンルを席卷している。先に分類した「脚光型」の命名は“突然”や“ぼっと出”のニュアンスを含意しているが、現状、「大食い」はそのような状況ではなく、むしろ“認知・浸透・確立”の状況を担う日常（普通）の語であることが考えられる。その点では、時間経過に伴い、自身の語性的な立ち位置が大きく変動した事例のひとつといえる。

ところで、これらのことに深く関連すると思われるの



1. 今も使うことがある 2. 以前使ったことがある 3. 知っているが使ったことがない 4. 知らない

図2 本調査（2023）の型・調査語別状況

が、「コロナ時代の言葉」をテーマに飯間浩明氏が言葉の変化に言及している以下のオンライン記事である（読売新聞オンライン）。氏は、「今年（筆者注・2020年）の新語・流行語大賞はコロナ関連が席卷する」との私見を述べつつ、その中には「もともと存在する言葉が独特の使われ方をするケース」が含まれるとしている。そのひとつが「密」であり、本来口頭表現には縁遠かった「密」の語が、コロナ禍を機に日常世界に浸透し、人々の間で違和感なく口にされる言葉へと変容しつつあることが例示されている。これは、まさに本稿でいう「既存語脚光型」相当、また全世界的な問題を孕んで出来た語であるという点では「社会問題型」にも相当するといえる。加えて氏は、この言葉の行く末にも私見を述べ、「感染症を意識する生活が続くと、『ちょっと密だね』という話し言葉が定着するかもしれない。これは日常の日本語が変わること。…一般化する可能性もある」とも予測している。ここで言われている事態は、まさに上に確認した「大食い」または「後期高齢者」が辿った経時的変化そのものである。

これらから、当タイプに属する語はその性質上、経時的に見ても大きくは人や社会への浸透度が高いとすることができ、反面、社会の進む方向性とも切り離しがたく連動し、その情勢によっては一変する可能性も秘めているということがいえる。

(2) b:「おっはー」, 「あけおめ・ことよろ」

“一変”といえ、前調査から本調査にかけてもっともそれを体現し、かつ同じ型にありながら傾向を二分するのが「おっはー」, 「あけおめ・ことよろ」である。つまり、図1・2の対照からも明瞭なように、「おっはー」が時間経過により3・4（とりわけ「知らない」の4）の突き上げが著しいのに対し、「あけおめ・ことよろ」は逆に2から1への刷新が徹底している。このうち、前者における3・4の突き上げに関しては、前調査時に解釈した挨拶表現の「実質マーカーとしての機能性」の事情に照らせば、おおよそ妥当な道筋を辿っているということがいえる。NEWSポストセブンがサイト上で「若者が引く年上からのメール言葉」を話題にしているが、「おっはー」は2018年段階、10～20代200名のアンケートで、「もはや知らない・完全にアウト・やイヤタイ」の回答が合わせて約60%を占める結果となっている。これは同じくデータにあがっている「メリクリ」と「タンマ（ちょっと待って）」のそれ（約40～50%）を凌ぐものである。つまり意味伝達に特段寄与しない「おっはー」は時間とともに3が、それに次いで4が、いずれ漸増して廃語化することが大いに予測できるものであり、本調査結果はその一端を示しているものと解される。

問題となるのは後者の「あけおめ・ことよろ」である。前調査で同じ「挨拶短縮型」に属し、1に現れるのがわずか2%にとどまったものが、本調査ではそっくりその1に取って代わられている。このまさに“一変”というべき事態は如何なる理由によるものなのか。ひとつ考えられるのが、「おっはー」と「おはよう」がともに4拍語であり、語形を変えても経済性の原理（economy principles）に利するところがほとんどないのに引きかえ、「あけおめ・ことよろ」は原形を大幅に略し、発音・表記の労を然るべく半減させていることである。言うなれば近年、“セクシャル・ハラスメント”が「セクハラ」, “筋力・トレーニング”が「筋トレ」などとなって一語化しているのと相似する。また、以上にもうひとつ付け加えるとすれば、「おっはー」が（マーカーとしての機能であれ）日常に必須の挨拶言葉であること（そうした中で元来の「おはよう」を差し置きそれを言い続けるだけの体力を持ち合わせなかったこと）、対して「あけおめ・ことよろ」は年に一度の時限的な使用であり、原形に気兼ねなく適用しやすかったのに加え、上記の経済性や簡略化の理にもかなって1が急伸したことが考えられる。^{注11}

ただし反面、私感ながら今回の対象者（大学生）よりも1つ2つ上の世代層では、「あけおめ・ことよろ」を1に回答する割合が図2ほどには高くならなかったのではないかと。たとえば前調査時（2009年）の対象者に今同じ調査を行ったとして、図1から一変して図2に近く現れることはあまり考えにくいように思われる。各種アンケート記事によると、前調査以降、特に若い世代での年賀状離れが進み、最近ではLINE（もっと言えば既成のスタンプ）で“あけおめ”を交わす若者が多数派だとも聞く。年賀状離れはともかくとして、前調査時にLINEやスタンプ機能は未だ流布しておらず、そこに現在とは交わりがたい生活様式の隔りがある。上記の現象に関しては、そうした事情、またそれに即した世代差の問題が関係していることが推察される。^{注12}

(3) c:「グー!!!」, 「フォー!!!」

前調査で1が消え、2が小勢力となり、結果3が大勢を占めるというのが「グー!!!」, 「フォー!!!」（ともに「発声型」）である。3.1に記したとおり、その主な理由はこれらが「感声的表現で意味を伴わない」こと、よって「印象に残りやすく知ってはいるが使わない」ことにあると考えられる。それに従えば、本調査結果もおおよそその流れを汲むものと見ることが出来る。特に1と同様、前調査では皆無だった「知らない」の4が、各語20～30%の割合で一定の層を獲得していることなどは、これらの語が時間経過に付随して自然減の傾向にあるこ

とを強くみとめしむるものといえる。

しかし一方、同じく前調査には無かった1の回答が、「ゲー!!」、「フォー!!」ともにわずかながらも介在していることには注意がいる。これは3・4の回答が大半を占める中で、15年近く前の流行りのギャグ、しかもこの世代にとってはタイムリーとはいえないそれらを自ら口にするコアな使用層が確実に居ることを意味する。このことには、メディアの発達や多様化の影響、またこの語を発した個人の所在（今も現役か、メディアへの露出があるかなど）も少なからず影響すると思われるため、基本的にはそれらの複数要素が重なった事態と受け止めるべきだろう。あるいは、こうした“今更ネタ”が今や群雄割拠のお笑い界にあって逆に目新しく個性的であり、笑いの1ツールとして需要・人気を博していたり、これより前の「ナウい」や「チョベリバ」等も然り、この世代層では歌の懐メロ的な発想で見聞する機会も実は少なくないのかもしれない。^{註13} 当パターンの語の動態は、本調査結果をもとに、もう少し長期的なスパンで追跡して見る必要がある。

(4) d: 「どげんかせんといかん」～「タマちゃん」

これらの語の前調査での特徴は、一言でいえば、各型一体としての傾向が明確な形ではみとめにくいことだった。具体的には「名言・ヒット商品・愛称型」であり、こうした語の消長が実際に関わりを持つ個人またはその時々の社会情勢と強く相関することが背景にあると解釈された。その全体状況は本調査の図2でもあまり変わらない。つまり「どげんかせんといかん」以下には、たとえば1なら1で束を成してまとまるような語群が見当たらず、各語の現れ方は独自のであると同時に、型全体で見れば没個性的である。しかしそうでありつつ、図1と見比べると、4の回答が新出するかその割合が格段に増しているものが多く、前調査以降、全般には「知らない」層を多とする状況へと段階的に移行しつつあることがうかがえる。

一方、個別の語にはいくつか特筆すべき傾向を示すものもある。たとえば「たまごっち」である。これは本来、調査の適用条件（2009年の調査を基点に5年以内）からは大きく離れる1997年の受賞語であり、今回対象とする調査語の中ではもっとも時代を遡れるものである。にも関わらず、前調査では皆無だった1の回答が図2では約35%を占め、2のそれ（約45%）も合わせればおよそ80%近くが使用・前使用の認識を有することとなっている。その点では、これまでに見てきた「大食い」や「あけおめ・ことよろ」、1の浸透幅こそ小さいものの「ゲー!!」、「フォー!!」などにも似た動きを示しているということがいえる。

もっとも以上は当該商品の綿密なマーケティング戦略が影響していると見るべきものかもしれない。販売元のバンダイ公式サイトには、発売商品の年表とともに「時代に合わせて進化を続けてきたたまごっち」との見出しがあり、稀代のヒット商品を長きにわたって改良・製造し、販売し続けてきた足跡がうかがえる。つまり通信機能の強化やスマホアプリとの連携、各種ブランド、人気漫画、アニメキャラクターとのコラボ企画等々、ゲーム機能に乗じた多方向からの仕掛けが、時代・世代を超えた当商品（名）の継続的な使用を後押ししているものと思われる。また以上は、見方を変えるならば、（大抵はそういう宿命にあるのだが）一時の流行から傾斜しかけた固有の語も、上記のような環境下では、対応する商品ともども、生き延びうる術を持つということがいえる。

さて、当項に属する語についてはもうひとつ、「ちょいモテおやじ」にも少し触れておきたいことがある。これは2.1で「愛称型」としたものであるが、図1・図2を単純に比較する限りでは、前調査から1・2の回答が減り、その分が3・4に代替されるという、典型的な純減の様相を示すものとまずは受け止められる。しかし今回、アンケート末尾に情報提供を得る意図で自由記述欄を設けているが、複数の回答者より「この項目は“ちょいワルおやじ”の間違いか」、「“ちょいワルおやじ”なら聞く」といったコメントが多く寄せられた。確かに「ちょい-おやじ」の形式でGoogle検索にかけると、ヒット件数の上位は途切れなく「ちょいワルおやじ」であり、丁寧に「ちょいワル」風おやじの画像付きで定義・説明が付されている（2023年12月現在）。その意味において、回答者による上記のような疑義のコメントはまさに正鵠を射ており、正しいのである。これは結果論としての気づきではあるが、言語動態のひとつのバリエーションを示すものとして興味深い。つまり流行語（複合語）の語構成を保ちつつ、構成要素の一部を抜き差ししながら更新し、元の語に関連して新しい流行を生みだしていくというものである。これらからすれば、上に確認されたことは、現状、「ちょいモテおやじ」こそ流行当初の認識は十分に得られていないながら、更新の語の「ちょいワルおやじ」によって新しい活力が生まれ、それとして使用・認識が維持されていることを示唆するものと考えられる。

4. 言語動態における更新と自立

以上には、「ユーキャン新語・流行語大賞」の過去5年間（2004～2008年）のノミネート語を中心に調査語を選定しタイプ分けしたうえで、各語の動態を比較する観点（前調査：短期的スパン）と、それらの約15年の

動態を追跡する観点（本調査：中期的スパン）から実態を見てきた。ここではそのことに関連して、別途に項目を設け調査することで、言語変化のあり方（そのバリエーション）を簡単にでも確認する。具体的には「今風・流行に乗っている・すごく（いい）」、「とても（面白い）」の言い換え表現である。これらについては、吉岡優（2012）が世代別の調査結果から「言語変化の個性的な特質が見出される」と述べ、それぞれに型名を与えてパターン化している。以下は、各変化型のそれ以降の動きを本調査結果との対照により確認するものである。

4.1 今風・流行に乗っている・すごく（いい）

吉岡優（2012）は、当項目の言い換え表現を調査するにあたり、“ナウい・イケてる・キテル・アツい・ヤバい・その他（ ）”をこの順で選択肢に掲げ、複数回答可として、^{注14}若・中・高年層各40名に回答を求めている。選択肢は新旧の序列を念頭に並べたもので、それに準じた世代差があることを予測してのものだとしている。これによれば、結果はおむね予測のとおりであり、まず高年層で「言い換え無し（その他：自由記述）」が他を圧倒する一方、必ずしも少なくない15名が「ナウい」を回答している。次いで中年層ではその「ナウい」が8名、「イケてる」が20名となり、旧形を保ちながらも、表現の主体は次段階に移行しつつあることがうかがえる。そして若年層では「キテル」、「アツい」が約20名、「ヤバい」が40名となり、結果「ナウい」に始まった当表現は、世代を下って「ヤバい」一強の様相を呈することになっている。この結果を踏まえ、吉岡優（2012）は「流行語の中には新しい表現が生まれるとその言葉が定着し、さらに新しい表現が登場するとそれに乗り換えられるという流動的な性質を持つ」ものがあり、「更新されることで消えることなく在り続ける言葉の存在は特筆すべき」であるとして、これを「追い抜き更新型」と名づけて

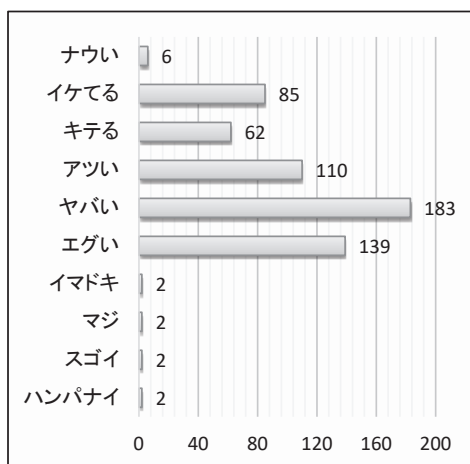


図3 「今風・流行に乗っている・すごく」の言い換え

ている。

図3はその「ナウい」～「ヤバい」の世代変化の延長で、上記から約10年が経過した本調査の大学生がどのような実態にあるかを見たものである。本調査は基本は吉岡優（2012）に倣っているが、筆者が見聞した範囲で調査語を検討し、今回は「エグい」を選択肢に加えている。また図には自由記述（「その他」）を含め、複数回答があったもののみを載せている。これ以外の単独回答には以下のものがあつた。

イカシテル、激熱、最高、よき、キモい（気持ち悪いくらいにすごい→人間離れしたスゴ技を見て動揺するとき）

これによれば、本調査段階で、まず「ナウい」がほぼ廃語化していること、特にそれに続く「イケてる」他との比からすると、もはや同じ土俵でこの語の動態を論じることが難しく、これ以降に再生する余地さえ絶たれたかのように見える。他方、「イケてる」、「キテル」、「アツい」、「ヤバい」には極端な落ち込みはなく、吉岡優（2012）同様、各表現が階段状に推移しつつ、一歩抜きん出て「ヤバい」が鎮座するという構図に変わりはない。その点では、「追い抜き更新型」の分類・命名は大きくは本質を外していないとはいえ、吉岡のいう“更新”は、その当時の「ヤバい」を境に、少々停滞気味であるということがいえる。「ヤバい」は『広辞苑』第7版で新規に「のめり込みそうである」の語釈が加わったように、本来の「危険・不都合・具合が悪い」の意から「最高・すばらしい・すごくいい」の意に転用され、今やその甚だしさを情感を込めて言う最上の誉め言葉ともなっている。こうした土の意味要素を明確に有する語が振れ幅大きく対極のそれへと転じる（ないしは誤用される）例は、古くは「貴様・御前」（敬い→見下し）、最近では「全然」（否定→肯定）、「気が置けない」（気配りや遠慮の必要がない→気配りや遠慮をしなくてはならない）等々、類例も多く、起こりやすい変化のひとつだといえる。「ヤバい」はそのような言葉の習性に合致しつつ、意味変化の体もハマって特に若い世代で受け入れられ、その先の“更新”をも停滞させていることがうかがえる。

ただし、（吉岡優2012の調査にはその選択肢が無いために推測の域を出ないが）その“更新”の次段階を担うと考えられるのが、本調査で新しく選択肢に加えた「エグい」である。図3のとおり、全228名中139名がこれを回答し、先行の「イケてる」～「アツい」を凌ぐと同時に、「ヤバい」の183名を猛追する勢力ともなっている。ちなみに「毎日ことばplus」（毎日新聞校閲センターの運営サイト）に「エグい」に関連する話題が載せられている（2023.3.2）が、そこには「『やばい』と同様、… マイナスの意味からプラスの意味にも派生

し、…使う機会が増えている…若者言葉とされる『やばい』と同様にプラスの意味もかなり浸透しているのではないかとあり、図らずも「エグい」が「ヤバイ」に追随する動きのものであることを示唆している。吉岡優(2012)のいう「追い抜き更新型」はこれに取って代わられていくものなのか、あるいは「ヤバイ」との併用が今しばらくは維持されていくものなのか。それ以前の「ナウい」～「アツイ」ともども、今後の動きをさらに注視したいと思う。

4.2 とても(面白い)

吉岡優(2012)は、上記と同じ手順により、「とても(面白い)」の言い換え表現についても世代別の調査を行っている(選択肢:非常に・スゴク・スゴイ・メッチャ・メチャクチャ・エライ・超・ゴッツ・激・バリ・鬼・その他)。結果の概要は、高・中年層が「非常に」,「スゴク(スゴイ)」が主流である一方、若年層では「メッチャ」,「超」が大勢を占めるというもので、特に若年層のそれは「氾濫する新語を寄せつけないほどの定着力を持つ」ともとされている。確かに「ゴッツ」や「鬼」など、選択肢にあげられる諸表現は回答されこそすれ、ともに大きなうねりを成すには至らず、少数回答が多岐に渡る分だけ、逆に「メッチャ」,「超」の強大さが際立つという全体像が見てとれる。吉岡優(2012)は、このタイプを「多々存在する同義語があっても、一度定着した言葉がそれらを圧倒する力でねじ伏せ、自立する特性がある」と述べ、先に観察された「追い抜き更新の特性とは明らかに異質のもの」として、新たに「定番自立型」をみとめている。また同時に、「新語は言葉の先端をいくものとの先入観があるが、人々に染みついて新語を排他するもの」もあること、よって「メッチャ」,「超」以降は「今後さまざまな同義語が生みだされ乱立しても、確固たる定番の言葉に圧倒され、流行・拡大することは

容易でない」とも予測している。

図4は図3と同様、上記から約10年が経過した本調査の大学生の実態(複数回答)を取り上げたものである。これ以外の単独回答には以下のものがあつた。

マジで、すげえ、とんでもなく、シッタゲ、メッサ、デラ、メタクソ、ドチャクソ、死ぬほど、エグイくらいに

これによれば、本調査でも「メッチャ」,「超」は依然大勢を占める状況にあり、まさに前述の“定番自立”の様相を呈している。中でも「メッチャ」は全228名中211名がこれを回答。実に90%強が「メッチャ」の使用を自認しているのであり、吉岡優(2012)からの約10年で、その自立化が一層進んだことをうかがわせる。「ゴッツ」以下、多々存在するものの中では「バリ」が一歩抜き出ている感もあるが、そうは言っても主要な「メッチャ」に伍するとか、今後それを取って代わられる勢いのものとは到底見なされない。その点では、吉岡優(2012)のいう「他を圧倒する力でねじ伏せ…新語を排他する」変化のパターンは、当例をひとつの事例として、確かにあるということがいえる。

しかし一方、今回は吉岡優(2012)からの追跡を旨とし、いわゆる新語・流行語の台頭や排他の動きを問題にしているため考察外であるが、「とても」に相当する表現には多様な地域差(方言)があることも知られている。上記の単独回答にあがっている「シッタゲ」,「メッサ」,「デラ」をはじめ、「ナマラ・シコタマ・イキナリ・ブチ・ガイナ・コジャント・ガバ」等々、その表現は文字通り“とても”多彩であり、それぞれにその土地らしさを象徴するものでもある。これらの方言形を選択肢に入れたならば、少なくとも秋田ではこの世代でも相応の回答数が得られたことが考えられ、「メッチャ」や「超」の“定番自立”を図4ほどには許容しなかったのではないかと予測する。「とても(面白い)」の言い換え表現の動態は、今後はこの視点にも立って追跡することが肝要である。

5. まとめ

以上、本稿では時間経過に伴う言葉の動態のありようを、①同じ内容の2つの調査データを比較する視点と、②先行の研究が指摘する変化パターンを追跡する視点から考察した。①では、その2つの調査データをそれぞれ短期的・中期的スパンの変化と捉え、独自の観点によりタイプ分けした語の動態が、短期～中期の時間経過(約15年)の中でどのような異同の様相を呈しているか、またそれらがどのような社会背景等により生じているものなのかを考察した。②では、2つの言い換え表現に見ら

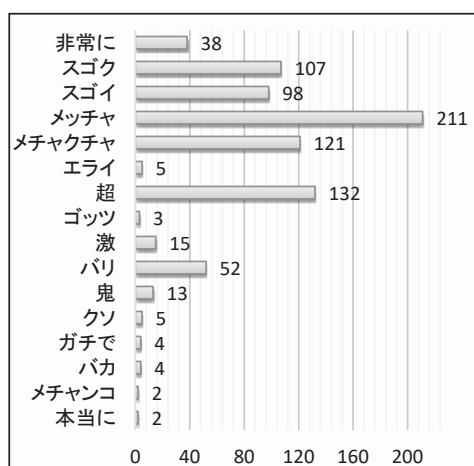


図4 「とても」の言い換え

れる「追い抜き更新型」と「定番自立型」の各変化パターンについて、先行の調査と同じ内容の調査を行い、こちらは約 10 年の時間経過の中で、それぞれの推移の様相を比較・検証した。それらから得られた知見は、各々 2～4 節に詳述したとおりである。

以上から言える大きなこととして、いわゆる新語・流行語の変化は出自や性格を共有する語群を単位に一定の傾向を示すものであること、それは短期的・中期的のいずれのスパンで見ただけでもおおそ方向性を一にするものであることがあげられる。しかしその中でも、たとえば「後期高齢者」、「あけおめ・ことよろ」、「たまごっち」などが好例であるが、対象の語をとりまく社会情勢や環境の変化が要因となって、該当する語群が示す方向性からは逆行または一変するような変化が抽出されたことも本稿での大きな確認事項のひとつである。さらに、先行の調査で指摘された変化のバリエーションについても、それ以降の約 10 年の動態を追跡することで、それらがひとつの確かな変化のあり方とみとめられたことも本稿の成果のひとつといえる。

1 節にも記したとおり、こうした新語・流行語の動態を扱うことは、実際に今目前で生じている言葉の動きを直に観察しうること、またその事態を生む背景の考察にも何らかの知見をもたらしてくれるものである点で意義深い。本稿での究明点を踏まえ、これらの動態を探る調査を継続していきたいと思う。

注

1. ただし前調査 (2009) が紙媒体を配布・回収する形式のものであったのに対し、本調査は Google フォームでの回答形式をとっている点が異なる。
2. 大橋純一 (2010) は「若年世代の言語動態」を考察したもので、言葉のゆれや誤用の浸透などを問題にしているが、第 2 節ではその中の「新語・流行語の動態」を扱っている。
3. 太田彩英 (2020) は 2018 年の新語・流行語大賞ノミネート語を対象に、以後定着しそうなものを考察しているが、その結果を踏まえ、「可能であれば、10 年後などにもう一度同様の調査を行い、予測の正確さを自分の目で確かめてみたい」(p.149) と述べている。本稿が約 15 年前と同じ調査を行い比較するのは、それと似た目論見による試みである。
4. 吉田江依子 (2021) は、これまでの流行語研究の問題点として、何故その語が流行し廃れていくのかの客観的・理論的説明づけがなされていないことを挙げている。そのうえで、言語資源としての Twitter の利用、数値の提示 (その語の使用数や期間)、理論的枠組みの構築が有効であると指摘し、反証可能な流行語研究とすることの重要性を主張している。また高橋快征 (2020) は、同じく Twitter の言語資源としての価値をみとめ

つ、それとは資料性の異なる「Yahoo! 知恵袋」との比較を通して新語・流行語の語義や語源を詳細に探る考察を試行している。これらに対して本稿は、「新語・流行語大賞」選のタイプ別の語を約 5 年・15 年のスパンで比較し、その限りにおいて言いうる傾向を捉えようとする。その点、客観的・論理的かつ反証可能な「流行語研究」を志向するというよりも、言葉の動態に関わる考察にひとつの経年比較的な切り口からアプローチし、ささやかながら情報を提供しようとするものである。

5. 前調査は、筆者が担当する「表現文化演習」(14 名受講) 内で行った。「若年世代の言語動態」をテーマに、筆者および受講者が項目案を出し合い、吟味し、調査語を選定した。その話し合いの過程で、設定の調査条件からは外れるが、当時の使用傾向などから興味深く、関連的に動態を探ることが有益だと判断したのがその追加項目である。
6. 「ユーキャン新語・流行語大賞」選外の語の流行年は、木村傳兵衛ほか (2006)、加藤迪男編 (2001)、米川明彦編著 (2002) を参考にした。
7. 下線の 6 語は途中からアンケート項目に追加したため、先行して行っていた 21 名分のアンケートデータが収集できていない。前稿ではそのために考察対象から外したが、本調査 (今回のアンケート) ではこの 6 語も等しくデータ収集していること、また本稿では全調査語についてパーセンテージでの比較を行うことから、以下にはその条件下で対象に加え比較する。
8. 第 4 節の「言い換え表現」の比較には吉岡優 (2012) の調査結果を参照する。当著者は注 4 に記した「表現文化演習」の履修者であり、そこでの調査を基盤としてより多面的な調査を行い修士論文を執筆した。「言い換え表現」はそのひとつであるが、他にも過去 25 年の「新語・流行語大賞 (ノミネート語)」を対象に据え、高・中・若 3 世代各 40 名の使用状況を比較するなどの調査を試みている。本稿の調査の狙いとは異なるが、型のタイプ分けや各型の定義のところでは重なる部分があるため、以下、その中の若年世代のデータについて参考にするとところがある。
9. 米川明彦 (2013) は、新語・流行語の中でも特に「無意味な音を感覚的に発する面白さ」を表すものももっとも早く消えていくとしており、本稿の分類の「発声型」がそれに相当すると考えられる。
10. 上村健太郎 (2014) では、「娯楽、スポーツ、政治に関する語」(分類の視点は異なるが、本稿の各型はおおよそこれに当たると思われる) は衰退傾向にある一方、「行政により制定されたもので使用の必要があるもの」は定着傾向にあるとされている。これは、前者が本稿でいう「個人の嗜好や愛着の影響」が大きく「一過性の現象になりやすい」のに対し、後者は行政主導の言葉で個人的な嗜好や愛着の入り込む余地が少ないことによるものと思われる。
11. ただし NEWS ポストセブンのネット記事では、後掲の参考 URL のタイトルにも明示されているように、「あ

けおめ・メリクリは死語」との認識のようである。この調査は「年上からのメール言葉で引く」語を聞いたものであることから、「自分自身の使用や認識」を問題にする本調査とは少し趣旨が異なるが、見方を変えれば、これらの語は使う相手や場面により許容幅が大きく変動する位相語的な性質を多とするものといえるのかもしれない。

12. 吉岡優 (2012) は新語・流行語に関する型分類を行ったうえで、高・中・若3世代の使用状況を比較している。その視点で見た場合、たとえば本稿の「感情型」相当の「萌え〜」「だっちゅーの」、「愛称型」相当の「アムラー」「草食男子」、「ヒット商品型」相当の「セカチュー」「ミクシィ」などは世代差が大きく、中・高年層にかけて「知らない」の割合が隔絶的に増加していることがうかがえる。
13. NEWS ポストセブンでは、これに類する例として「ドロンする」をあげ、「知らない間に言葉がどんどん古くなる一方で、『ドロン』のように復活し、一周回って新しいという“ゾンビ語”もある」と指摘している。
14. 「今風・流行に乗っている・すごく(いい)」の3つはそれぞれ意味が異なり、どれを念頭に置かれて該当する言い換え表現も異なることが考えられるため、吉岡優 (2012) の調査票には次の注記が付されている(本調査もそれに倣った)。「以上のどれかの意味に合致し、自分が言い換えて使うことがあればチェックを入れてください(すべての意味を同時に持ち合わせている必要はありません)。」

参考文献

- 太田彩英 (2020) 「新語・流行語の定着の法則性について」『山口国文』43
- 大橋純一 (2010) 「若年世代の言語動態に関する一考察」『ことばとくらし』22
- 加藤迪男編 (2001) 『20世紀のことばの年表』東京堂出版
- 木村傳兵衛ほか (2006) 『新語・流行語大全 ことばの戦後史』

自由国民社

- 上村健太郎 (2014) 「新語・流行語の使用の経年変化—Google Trends と新聞記事データベースを用いて—」『明海日本語』19
- 高橋快征 (2020) 「インターネット上にある新語・新表現について—Twitter・Yahoo! 知恵袋での最古例を中心に—」『言語の研究』7
- 吉岡優 (2012) 『流行する言語の実態とその質的变化に関する研究』平成23年度いわき明星大学大学院人文学研究科修士論文
- 吉田江依子 (2021) 「流行語・新語の変遷における原因とその問題点：反証可能な流行語研究に向けて」New Directions 38
- 米川明彦編著 (2002) 『明治・大正・昭和の新語・流行語辞典』三省堂
- 米川明彦 (2013) 「日本語の攻防—語彙：若者語・流行語の戦い—」『日本語学 特集：ことばのデータ集—日本語教育編』32-3
- 米川明彦 (2019) 『平成の新語・流行語辞典』東京堂出版

参考 URL

- 『現代用語の基礎知識』選 ユーキャン新語・流行語大賞 <http://singo.jiyu.co.jp/> (2023.12.20)
- 「コロナ時代の言葉たち 文章語 日常会話で多用」読売新聞オンライン <https://www.yomiuri.co.jp/topics/coronawords/> (2023.12.20)
- 「あけおめ・メリクリは死語 若者が引く年上からのメール言葉」NEWS ポストセブン https://www.news-postseven.com/archives/20180905_752419.html?DETAIL (2023.12.20)
- たまごっちシリーズ | バンダイ公式サイト <https://toy.bandai.co.jp/series/tamagotchi/> (2023.12.20)
- 「プラスにも使われる『エグい』」毎日ことば plus <https://salon.mainichi-kotoba.jp/archives/184157> (2023.12.20)