

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

吉田 江依子

The purpose of this study is to propose a new analytical method by pointing out the problems of conventional research on the causes of the transition of buzzwords and new words, which is an example of language changes. Specifically, this paper describes the validity of using Twitter to analyze buzzwords towards the falsifiable study.

1. 序

流行語とは、「ある時期、多くの人々の間で盛んに使われる語や言い回し」(大辞泉)、「ある期間、興味を持たれて多くの人に盛んに使用される語」(広辞苑)のことを指す。毎年年末に話題となっている「ユーキャン新語・流行語大賞」は、1984年から始まっており、その年の世相を表すことばとして人々の関心を集めている。

言語学研究の観点から言えば、流行語は言語変化の一例であり、その特徴や変化の原因の追究が主たる興味の関心となっている。しかし、その説明は主観的な記述の域を出ることはなく、何故それが(そしてそれのみが)流行し、そして廃れていくのか、その客観的・理論的な説明付けはなされていないように思われる。本研究の目的は、言語変遷の一例である流行語・新語の分析の現状を概観し、その変遷における原因を分析した従来の研究の問題点を指摘し、新たな分析法を提唱することである。

本論文の構成は以下のとおりである。2節で流行語の定義と事例を挙げ、3節では言語学全般における基本的な研究分野と研究方法に基づき、流行語研究の位置づけを述べる。4節では流行語・新語についての関連する因子について

述べ、5 節で先行研究を検証、その問題点を指摘する。6 節では、反証可能な流行語研究とするために今後どのように研究を展開していくのかについて提唱する。7 節は結語である。

2. 流行語・新語の定義と事例

2.1 新語・流行語の定義

一般的に、新語とは「新しく造られ、または使われだしたことば」であり、流行語とは「ある期間、興味を持たれて多くの人に盛んに使用される語」（ともに『広辞苑』より）のことを言う。国語学大辞典では、さらに詳細に、新語と流行語を(1)(2)のように定義している。⁽¹⁾

- (1) 新語：新しくその言語社会に現れた、又は既存の事物や概念を、新しく表現するために作られ、または正当なその語の自然な語義変化とは言いがたい度を超えた新しい意義を与えられて、その存在権を社会によって承認された語。それまでそのような語形、そのような意義としてその言語社会の語彙の構成要素ではなかった語が新たに出現した時、新語と称される。従ってそれより過去の話ことばにも文字資料にも見当たらない。(国語学大辞典)
- (2) 流行語：新語の一種。その時代に適応して、きわめて感化的意味が強く、爆発的な民衆の使用語。多くは徐々に消滅するか、あるいは一般語彙に定着する。(国語学大辞典)

2.2 近年の新語・流行語の現状

本節では、過去 5 年間の流行語の具体的事例を「ユーキャン新語・流行語大賞」および「平成の新語・流行語辞典」(米川 2019) から抜粋し、人々が何を流行語として認識しているのかについて概観する。流行語・新語大賞にノミネートされる語は約 30 ある。紙数の都合上、本稿では大賞受賞語およびトップテン受賞語のみを掲載した。

(1) ユーキャン新語・流行語大賞

年度	大賞受賞語	その他 トップテン受賞語
2015	トリプルスリー 爆買い	アベ政治を許さない、安心してください、穿いてますよ、一億総活躍社会、エンブレム、五郎丸(ポーズ)、SEALDs、ドローン、まいにち、修造!
2016	神ってる	ゲス不倫、聖地巡礼、トランプ現象、PPAP、保育園落ちた日本死ね、(僕の)アモーレ、ポケモンGO、マイナス金利、盛り土
2017	インスタ映え 付度	3.5億、Jアラート、睡眠負債、ひふみん、フェイクニュース、プレミアムフライデー、魔の2回生、〇〇ファースト
2018	そだねー	eスポーツ、(大迫)半端ないって、おっさんずラブ、ご飯論法、災害級の暑さ、スーパーボランティア、奈良判定、ポーっと生きてんじゃねーよ!、#MeToo
2019	ONE TEAM	計画運休、軽減税率、スマイリングシンデレラ/しぶこ、タピる、#KuToo、〇〇ペイ、免許返納、闇営業、令和

(2) JC・JK 流行語大賞

年度	受賞語 (1位から5位まで順次)
2015	安心してください、穿いてますよ、それな、ラッスンゴレライ、あったかいんだからあ〜、YDK
2016	卍、よき、〇〇まる、アモーレ、はげる
2017	〇〇み、熱盛、彼女感、まじ卍、ンゴ
2018	あげみざわ、あざまる水産、ないたー、クセがスゴイ、いい波のってんね
2019	ピエン ベびたっぴ、KP、3150、匂わせ

大賞等に挙げられないものでも数多く流行語として認識されている語がある。(3)は米川 (2019)から抜粋した新語・流行語である。

(3) 平成の新語・流行語辞典

年度	辞典に記載されている語（任意）
2015	下流老人、スージョ、wtk
2016	じわる、聖地巡礼、飯テロ、民泊
2017	エンカする、俺チョコ、人生 100 年時代、〇〇ファースト
2018	ださかつこいい、あおり運転、悪質タックル、安室ロス
2019	バイトテロ、没イチ、消えた給付金、LLブック

3. 言語学分野における流行語研究の位置づけ⁽²⁾

では、流行語研究は言語学分野の中でどのような位置づけを持っているだろうか。一口に言語学と言っても、他の学問分野がそうであるように、その研究対象、研究方法は細分化されている。

まず対象となる「言葉」に関して、対象によって研究分野が異なる。言葉の最も小さい単位である「音」を扱う分野は音声学・音韻論と呼ばれ、前者が言語音の特徴を、後者が言語音がどのように配列されて語を作るのかなどを研究する分野となっている。音が連なると単語あるいは形態素となるが、語の内部構造を研究する分野は形態論と呼ばれる。そして語が連なると、句あるいは文となり、これら句・文の仕組みを研究する分野が統語論と呼ばれる。さらに、語や句・文の持つ意味を研究するのが意味論である。また、意味論が純粹にその語や句・文の持つ意味を対象とするのに対し、具体的に行われた発話において話し手・聞き手の理解や社会的・文化的背景知識まで考慮して言葉の分析を行う分野が語用論と呼ばれる。図 1 は、言葉の単位とそれを扱う研究分野を示したものである。

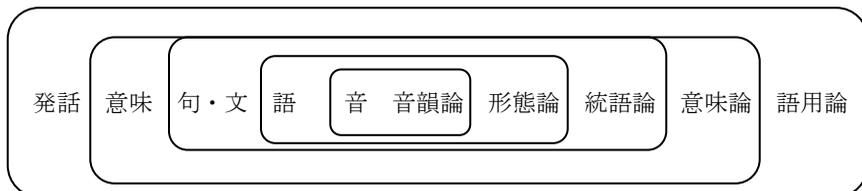


図 1

これらの細分化された言語対象を分析する言語理論も多岐にわたる。例えば統語論において、Noam Chomsky により提唱された構造を形式的に分析する生成文法理論、新旧情報など伝達機能に重点を置いて文を分析する機能文法理論 (cf. Kuno and Takami (1993))、人の認知機能、心理学的要因を取り入れて文を分析する認知文法理論 (cf. Langacker (1987)) などが代表的である。認知文法理論は語の分析 (形態論) にも利用される。⁽³⁾

言葉それ自身の研究だけでなく、関連する領域と合わせて分析する研究領域も多い。例えば、社会的要因との関連性に焦点を当てて分析をする社会言語学、使用者である人間の心理との関係に焦点を当てて分析をする心理言語学 (西原 (2017))、近年では言葉の進化について考える進化言語学など、言語研究の亜領域(sub-field)も多岐にわたる。⁽⁴⁾

さて、もう一つ、言語研究の際には、言語事象をある一定の同時代のものに焦点を当ててるのか、あるいはある言語事象を歴史を通じてその変遷について考察するののかという2つの様態がある。前者を共時的研究、後者を通時的研究という。(cf. 谷 尾崎 米倉 (2018))

以上が言語学の研究分野となるが、その中で流行語研究は、語を対象にした(形態論)、社会言語学領域における通時的な研究として位置付けられている。但し、流行語研究に対する理論的枠組みは存在しない。⁽⁵⁾

4. 流行語分析の因子

流行語研究では、調査・分析される観点を大きく5つに分類できると考える (cf. 米川 (1988, 2019))。新語・流行語の発生の時期、理由、流行源、生産性・創造性、そして普及性である。本稿の目的は、新語・流行語の消滅・定着の理由を考察していくことにあるため、以下、その基盤となるそれぞれの項目について具体的事例とともに概観する。

4.1 流行の時期

流行語研究に限らず、通時的研究全般において言及される要素であるが、新語・流行語がいつ生まれ、いつ流行したかを知ることは、その後の発達や衰退、他の語への拡張といった変遷をみる際の起点となることから、分析をする際の基本的要因となる。

「新語・流行語大賞」は、特定の企業によって 1984 年から始められた企画ではあるが、流行語自体はもちろん近年の現象にとどまるものではない。明治・大正・昭和、さらには江戸時代、平安時代まで、そしておそらくはその先までもさかのぼることができるであろう。例えば、平安時代、宮廷の女房言葉として、「おー」「ーもじ」をつけていたが、それを庶民が真似をして流行させ現在に至っている。「おいしい」、「しゃもじ」などはその一例である。また、現在の「歌舞伎」は江戸時代の流行語「かぶき者」からであり、「免職」「民主主義」は明治、「トーション」「サボる」は大正、「イミシン」は昭和初期に生まれ、当時流行した流行語である。^⑥

4.2 流行語発生の理由

流行語発生の理由には外的要因と内的要因の 2 つが考えられる。

もっとも単純には、(1)(2)で定義づけられているように、その時代に新しく表れた出来事を表現するものとして生じ、そしてその世相自体が流行したことに付随した言葉自身も流行するというものである。例えば、「くまモン」[2011 年]は、熊本県に新しく表れたマスコットキャラクターであり、それを表現する新語として生じ、そしてその活躍ぶりと合わせてその語自身が流行することになった。また、2019 年の流行語大賞となった「ONE TEAM」は元々存在する語ではあったが、2019 年に日本で開催されたラグビーワールドカップの盛り上がりを受けて、流行するに至った。これは外的な要因である。

もう一つは、言葉そのものの新奇性を求めた結果、新たな表現が生じ流行する、という内的な要因である。流行語の多くは若者が使用するが、一般的に若者は標準からの逸脱を好むと言われており、それが言語運用にもしばしば見られる。彼らは、既存の言葉を曖昧化したり、過度な省略で表すことによって標準からの逸脱を（無意識かもしれないが）行っている。例えば、2000 年代初めに流行った「ビミョー」は既存の言葉を曖昧にし、元来の意味をから様々な意味へと解釈を拡大している（桑本（2010: 42））。また、「ありがとうございます」を意味する「あざーす」は過度に省略された事例であるし、さらに、2015 年の JK・JC 流行語大賞に選ばれた「YDK（ワイディーケー）」は「やればできる子」の頭文字をとってアルファベット表記で表現をしている。いずれも標準からの逸脱となっている。

4.3 新語・流行語の源

時期に加えて、初出の事例がどこに記載されたものなのか、語源を特定することは、その語彙の特性を示すために、通時的研究においては必須の項目である。⁽⁷⁾ 従って、流行語研究においても、誰が造ったか、誰が流行らせたのかという流行語源については言及する要因である。

前節で述べたように、流行語の発信源は若者であることが多い。その場合、発生源は2つのタイプがある。一つは、前節で述べたように、新奇性を求めて彼ら独自の新しい言葉、あるいは既存の言葉を変異させたものを作り出す。この場合の流行語源は、若者となる。この場合は、具体的な初出を限定することはできない。

もう一つは、(4)で示したように、テレビ、新聞、雑誌などのマスメディアが作り出したものを、若者が流行らせるというパターンである。この場合は、初出の発信者が特定できるという特徴を持つ。

- (4) a. お笑いタレント（「PPAP」 [2016年/ピコ太郎]、「35億」 [2017年/ブルゾンちえみ]
- b. テレビCM（「今でしょ」 [2013年/林修]
- c. テレビ番組（「ポーっと生きてんじゃねーよ！」 [2018年/NHK『チョコちゃんに叱られる』]

また近年では、「あげみざわ」 [2018年/けみお]のように YouTuber が発した言葉が爆発的な流行語の語源となる場合も生じている（橋本（2020））。

マスメディア発信の流行語は、若者以外でも見受けられる。例えば、「無縁社会」はNHK テレビ番組、「アラサー」 [2007年]、「終活」 [2009年]などは、雑誌における造語である（米川（2019: 641-645））。若者が使う言葉ではないものも流行している点から、マスメディアが流行語源になる可能性の高さが分かる。

マスメディア以外にも、書籍のタイトル（「格差社会」 [2004年]、「断捨離」 [2009年]）、官公庁・政界（「認知症」 (2005年)）、団体・会社（「女子会」 (2010年)）、影響力のあるタレントや著名人（「マイブーム」 (1993年)、「生活習慣病」 (1997年)）などが流行源となる場合がある。但し、これらもマスメディアを介して発信される点から言えば、流行語源は同じと言えるかもしれない。

4.4 生産性・創造性

流行の一定の時期を過ぎた語は、その語の変遷に、3つのパターンがみられる。第一に、消滅する語、第二に、そのまま定着する語、そして第三に、その一部の語だけが残り、(5)で示したように、新たな語を作り出していく生産性の高い語である。

(5) a. 「〇〇ファースト」

都民ファースト [2016]⁽⁸⁾ → アスリートファースト[2016]

b. 「〇〇男子」

草食男子[2006]⁽⁹⁾ → スイーツ男子[2009年]、弁当男子[2009年]
ロールキャベツ男子[2011]、美白男子[2012年]

さらに語の内部構造の一部を切り取ったものもある。例えば、(6)で示した「〇ドル」は「アイドル」の一部を展開したものであり、「〇活」は「活動」の一部を切り取ったものである。

(6) a. 「〇ドル」

「バラドル」 [1990年] → アナドル[1994年]、チャイドル[1997年]、メガドル[2006年]、歴ドル[2009]

b. 「〇活」

就活 [1999年] → 「婚活」(2008年)「終活」(2009年)
「友活」(2010年)「デブ活」(2014年)
「パパ活」(2018年)

このように派生形が多い生産性・創造性の高い言語は、定着率の高さへとつながり、次節で述べる普及性へとつながっていく。例えば、桑本 (2010: 125) では、「マジ」が定着した理由として、「マジぎれ」「マジうざ」「マジっすか」「マジで」など、派生形が多く存在していることを定着の理由として挙げている。

4.5 普及力

流行語・新語はある期間に盛んに使われる語という点で共通しているが、そ

の後の普及については語によって大きく異なる。流行語は世相を表す語として生じることが多く、一般的にはその現象が終息すればそれに付随して生じた流行語も終息すると考えるかもしれない。「就職氷河期」[1994年]などは、現在の世相に合っていないため、語そのものが当時のように流行することはないであろう。

しかし、実際は、そのような外的要因のみで説明をすることは不十分である。例えば、「婚活」[2008年]も「朝活」[2009年]もほぼ同時期に流行した語であり、ともに現在も存在する活動である。ところが、前者は辞書に載り、用語としての一定の位置付けを確立しているが、後者は辞書に記載されていない。また、世相とは直接関係していない、物事を形容する言葉で、1990年代半ばに流行した「チョベリバ」[1996年]という言葉は、現在ではいわゆる死語となっているが、一方、同じ頃に流行した「~的には」[1997年]は定着し、辞書に記載されるまでになっている(米川(2019: 646))。なぜ語によって普及の違いが生じているのだろうか。

5. 先行研究とその問題点

本節では、流行語の先行研究に対して、いくつかの観点から問題点を指摘し、6節における提案へと議論を進めていく。5.1節では使用する言語資料の問題点、5.2節では、変遷の理由に対する反証可能性の欠如を指摘する。

5.1 使用する言語資料の問題⁽¹⁰⁾

5.1.1 聞き取り調査

従来の流行語研究の基盤となる言語データの収集の仕方については、大きく分けて2種類の方法が存在する。

第一に、聞き取り調査である。聞き取り調査にはさらに2つのタイプがあり、一つが直接的な面接調査、もう一つが調査票の送付によるアンケート調査である。例えば、井上(1998)では、「見ちゃった」「見ちった」の使われ方を調査するために、東京都の西のはずれから東のはずれまでの8地点を選び、ゼミの学生と一緒に聞いてまわって資料を得た。あるいは、「かったるい」に関する使用について1980年代に、全国の中学校約600校に調査票を郵送して、お願いして集めた。このような言語資料の収集法である。かつては郵送などに由

る調査票の配布と回収というような形をしていたが、現在ではインターネットを介してのアンケート調査なども使われている。手法の変化はみられるが、いずれも対象となる語彙を「使うか、使わないか」あるいは「聞いたことがあるか、ないか」などを質問形式によって当該語彙を調査することには変わりはない。

このような聞き取り調査は、質・量の観点から、ともに問題がある。まず量的な問題として、母数となる言語データが圧倒的に少ないという点であろう。井上(1998)を例にとれば、調査対象が「東京都内8地点の老若の言葉の面接調査」(p.87)「全国約600校の中学校の保護者と生徒」(p.98)、「102校を対象」(p.109)であり、していると述べている102校を対象とした1994年の調査では、「全部で7000人近くの大量データ」(p.11)が収集されたとしている。当時としては大規模データということになるかもしれないが、その語彙に対する一般化を行うに十分に足る数であるかといえ、そうではないだろう。

質的な問題として、調査の方法である。いずれも対象となる語彙を「使うか、使わないか」あるいは「聞いたことがあるか、ないか」という質問形式となっていることはすでに述べた。ところが、実際に自分では使っているのに、「使いますか」と問われると「使わない」と答える人もいて、データの信頼性自体が危ぶまれる。

5.1.2 コーパス

第二の言語資料として、コーパスが挙げられる。コーパスとは、「コンピュータで利用可能な言語資料」(大門 柳 (2006: 2))のことを指す。その歴史は1964年に公開されたアメリカの **Brown Corpus** から始まったと言われており、海外では様々なコーパスが公開されている。以下は代表的な海外のコーパスである。

(7)

コーパス名	収録資料	総語数
Brown Corpus 1964年公開	1961年に出版されたアメリカの散文資料を集めたもの。15のテキストカテゴリーを代表とする500のテキスト	100万語
LOB Corpus 1978年公開	1961年に出版されたイギリス英語の散文資料を集めたもの15のテキストカテゴリー	100万語

	リーを代表とする500のテキスト	
FLOB Corpus 1999年公開	1991年に出版されたイギリス英語の散文資料を集めたもの。15のテキストカテゴリーを代表とする500のテキスト	100万語
Frown Corpus 1999年公開	1992年に出版されたアメリカ英語の散文資料を集めたもの。15のテキストカテゴリーを代表とする500のテキスト	100万語

日本語のコーパスの開発は諸外国と比べ遅れをとってきたが、(8)で示すように、近年その整備は飛躍的に進展した。

(8)

コーパス名	収録資料	総語数
太陽 2005年公開	1895年相関の総合雑誌『太陽』の1895, 1901, 1909, 1917, 1925の各年の各記事をコーパスにしたもの。	1450万字
日本語書き言葉 均衡 (BCCWJ) 2011年公開	白書、教科書、広報紙、ベストセラー書籍、短歌や俳句などの韻文、法律、国会会議録などを収録	2億字
日本語話し言葉 (CSJ) 2004年公開	独話を主対象とする自発的な話し言葉を集めたコーパス	662時間

(7)(8)の表から分かるように、コーパスは聞き取り調査と比較して、利用可能なデータ量が格段に増えている。また、実際に使われた言語データの集積であるため、聞き取り調査の問題点として指摘した信頼性に関する問題もない。これらの点からコーパスは言語資料として。聞き取り調査の欠点をカバーするものになっているかもしれない。しかし、言語資料としていくつかの問題点もある。

第一に、コーパス研究の問題点は、逆説的にそのデータの大きさによると指摘されている。コーパスのパラドクスとして、石井・杉本(2014: 9)が(9)のように述べている。

- (9) コーパスが大きくなればなるほど、そこから引き出されるデータも多くなり、分析者にとって手に負えないものになってしまうという、「コーパスのパラドクス」とも言える逆説的な事態である。

このパラドクスは、データの最終分析を手作業で行うという、言語学分野における伝統的な研究の手法によって生じるものでもあり、言語学という一専門領域内での研究の限界を示すものであろう。

第二の問題点は、コーパスが任意の人為的なデータの集積である、という点である。例えば、**Brown Corpus** は、1961年に出版されたアメリカ英語の散文資料を集めたものであり、テキストカテゴリーなども、15のテキストカテゴリーにそれぞれ偏りがないように、各20~80までの各2000語のテキスト、を集めている(大門 柳 (2006))。つまり、偶然その年に出版され、偶然ある範囲内のテキストカテゴリーに選ばれた任意の2000語のテキスト部分であり、果たしてそれが普遍的な結論を導き出せるのか、という疑問が生じてくる。同様に、上で述べた「現代日本語均衡書き言葉コーパス(BCCWJ)」に含まれる言語データも、設計段階で「多様な言語資料をバランスよく収集」したとしているが、広範囲に渡っているとはいえ、それでも限られた任意の言語データの集積となっている。(11) (12)

第三に、コーパスで収集された言語資料のスピーチレベルは、新語・流行語研究でのスピーチレベルと一致しないという点である。スピーチレベルとは、人が、状況に応じて言葉を使い分けることを言い、凍結スタイル(Frozen)、正式スタイル(Formal)、諮問スタイル(Consultive)、略式スタイル(Casual)、親密スタイル(Intimate)の5段階に分類されている(cf. Joos (1967))。後半のスタイルになるにつれ、くだけた形式となり、流行語は略式スタイル、親密スタイルにおいて使われる語彙となる。一方、コーパスに収録される資料は、例えば先に挙げた『日本語書き言葉コーパス』では、白書、教科書、広報紙、ベストセラー書籍、短歌や俳句などの韻文、法律、国会会議録など、また、『日本語話し言葉コーパス』では、学会での研究発表、講演、国会会議録などが収録されており(cf. 小磯・前川 (2015: 17))、いずれも凍結スタイルや正式スタイルの資料がほとんどである。よって、流行語研究において既存のコーパスを用いることは問題があると言えよう。

5.2 反証可能性の欠如の問題

流行語研究は、概して主観的な説明が多くみられる。(10)に示した流行語の定義そのものについてもこの指摘が当てはまる。

- (10) a. ある時期、多くの人々の間で盛んに使われる語や言い回し (大辞泉)
- b. ある期間、興味を持たれて多くの人に盛んに使用される語 (広辞苑)
- c. 新語の一種。その時代に適応して、きわめて感化的意味が強く、爆発的な民衆の使用語。多くは徐々に消滅するか、あるいは一般語彙に定着する。(国語学大辞典) ((2)を再掲)

例えば、(10a-b)における「ある時期」「ある期間」について言及しよう。(3)で挙げた「バイトテロ」という語彙は、米川(2019)では、2019年の流行語として分類しているが、筆者においては2010年代初めに流行をしたという認識がある。ここで敢えて「筆者においては」という表現をした。問題は、米川が正しいのか筆者が正しいのかについて、客観的に検証することができないという点である。これは「ある時期」「ある期間」という、人によって感じ方の違う主観的な表現によって定義されていることに起因する。同様のことが(10a-b)「多くの人(々)」(10c)「爆発的」についても指摘できる。(2)で挙げた女子中学生、女子高校生の流行語「びえん」は、筆者においては全く馴染みのないものであり、周辺でこの言葉を使用している人を見たことはない。筆者にとっては、多くの人が使用した、と感じることはない。反対に、(3)の「没イチ」[2019年]などは女子中高生には無縁の言葉であろう。ここでも「多くの人に使われている」というのは人によって異なり、主観的な判断材料となっている。

さらに、流行語の普及性についての先行研究において主観的表現での説明が多くみられる点は、言語研究の基本である反証可能性を満たしておらず、問題となる。例えば、桑本(2010)では、若者ことばの変化として、強調語の変化に言及している。強調を表す語は、程度の甚だしさを感情的に表現する言葉であり、特に若者に好まれることによって多用される。(11)は若者によって使われている(あるいは使われていた)強調語の一例である。

- (11) マジ、チョー、ゲロ、バリ、めっちゃ、鬼のように、激、スーパー、マックス、すぎ、ドン

桑本 (2010 : 13)には、語彙の変遷は、新奇性を求めることにあり、「使いこなされるうちに斬新さが薄れ、どぎつさの角が取れていく。そして次の新しい語にうつっていく」、「使い古された語彙は面白くない。そうして若者ことばの語彙は時に劣化していく。新しい語彙にとって代わられるか自然消滅する」とある。すなわち、若者の強調語の変遷は、使い古されることによる新奇性の消失が原因であるとしている。⁽¹³⁾ しかし「使い古される」というのは主観的な表現であり、どれだけの期間、どの程度使われたら使い古されるのか、何をもちってその判断をしているのかについて明確にしていなため、この主張が正しいものであるのかどうか、反証することができない。さらに、(11)の中でも、「マジ」「チョー」は現在でも生き残っている表現であるが、この定着の原因を使用頻度の高さとしており、矛盾が生じている。「マジ」に対しては、「使い古された」語彙であるにも関わらず、その派生形の多様さ、ことば遊び的な要素がないことを、例外的に生き残った要因として挙げてはいるが、他の語彙についても同様の説明は可能であるため、説明としては不十分である。また「チョー」については稀なケースであるとしており、統一的な説明がなされていない。

井上(1998 : 92-93)も同様に、強調表現など日頃よく使うので以前の言い方はすぐ新しみが薄くなり、新鮮でインパクトの大きい表現が常に求められると論じている。しかし、この提案についても下線部箇所(筆者による)についての客観的証拠がないため、反証不可能である。また「うざったい」を例にあげ、急に広がると消えやすく、少しずつ広がったものは消えにくい、という議論も行っているが、急に広がる、少しずつ広がると言った場合の期間や、それに対する事例を挙げるなど、客観性を持った議論が必要であろう。

以上、本節では流行語研究における反証可能性の欠如についての問題点を指摘した。とりわけ、何故その語が普及・定着(あるいは衰退・消滅)するのかについては、様々な研究者がその原因を挙げているが、それらはすべて主観の範疇を超えておらず、科学的な根拠が乏しいということを主張した。ある時期、ある期間、多くの人、などを含めた主観的な表現を客観的に定義することができて初めて流行語研究は反証可能な科学研究となるであろう。

6. 反証可能な流行語研究を目指して

6.1 言語資源

本節では、先行研究の問題点を解決し、反証可能な流行語研究とするために言語資源として、近年急速に利用が拡大している **Twitter** の利用を提唱する。**Twitter** とは、SNS (Social Networking System) の一つであり、インターネットを介して140字以内のつぶやきを不特定多数にリアルタイムで発信することのできるサービスである。⁽¹⁴⁾ 2006年7月から開始されたものである。

日本語の流行語研究の言語資源として **Twitter** の利用を提唱する理由には3つある。第一に、利用可能なデータ量が格段に大きいという点である。**Twitter** の利用者は国内で4500万人(2017年)、海外では3億3500万人(2018年)とされている (cf. *Social Media Lab* <https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/>)。これは15歳以上の総人口比(1億1000万人)の約4割となっている。そして、彼らは「ほぼ毎日利用」「たまに利用」しており、日々言語データが蓄積されていることになる。

第二に、流行語・新語とのスピーチレベルが同じであるという点である。5節で指摘したように、既存の言語資料が凍結スタイル又は正式スタイルであるのに対し、流行語は略式スタイル又は親密スタイルとなっておりスピーチレベルが一致しない。**Twitter** は日頃の「つぶやき」を短い文字数で思いつくままに行うため、不特定多数への公開と言っても、利用する人々は熟考して投稿するというよりは身近な人へ話しかけるといったスタイルで、多くは略式・親密スタイルとなり、スピーチレベルが一致する。⁽¹⁵⁾

第三に、流行語の発信源の主たる若者の利用が多いという点である。先の *Social Media Lab* の報告によると、10代で人口比の約70%、20代で約60%という高い利用率となっている。そして、利用稼働率は10代で7割、20代で6割と高い。岡田(2013:51)も指摘するように、**Twitter** は若年層の言葉を中心とした言語データの集積体であると言える。

Twitter を使った言語研究は、目新しい研究方法ではないと主張する人もいるかもしれない。確かに **Twitter** については既に様々な研究が行われ始めているが、**Twitter** を利用した言語研究と呼ばれるもののほとんどが情報処理側からの研究となっており、効率的な情報収集法について、などが主目的となっている (cf. 田中 田嶋 (2017))。一方で、言語学の知見を用いる研究に **Twitter** が

使われている研究は、ほとんど見つからず、あったとしても Twitter のデータを補足的に使うか、表層的な数字の推移を示すにとどまっている (cf. 岡田(2013))。通時的研究の一つである流行語の変遷に対する研究に Twitter を用いて、反証可能な研究の枠組みを構築するという提案は (意外に思えるかもしれないが) 言語学分野においては、従来にない提案である。

6.2 普及力

本稿で特に注目した流行語研究の問題点は、普及性の原因が主観的説明にとどまっている、という点であった。この点を解決し、反証可能な研究とするためには、数値の提示が第一義的な解決策であろう。これまでも聞き取り調査やコーパス調査などで何らかの数字を提示する研究もあったが、先に指摘したような量的・質的な問題に加え、大規模で網羅的な調査が行われてこなかったという問題がある。結果として、その数字がどのような意味を持つのか議論できないのである。反証可能性のある研究は、現在認識されているすべての流行語・新語に対して使用数を調査し、そこから導かれる数字の意味についての仮説を持つことにあると考える。具体的には、「期間」「使用数」など明確な数字を取り入れた記述的妥当性を満たす仮説を提示し、主観的な説明から客観的な説明を可能にする。例えば、「3 か月で5 万回使用された語を人は流行語と認識する」「1 か月で5 万回使用された語は、1 か月以内に衰退し、消滅する」などである。これにより、後に続く研究において仮説の妥当性を検証することができる。

第二に、情報工学の手法を取り入れることによって、様々な属性を用いて流行語の特性を抽出することが必要であろう。従来の研究では、単純に全体の使用数を数えたり、分類したとしても世代別・時系列別にその使用数の割合を出すという単純なものに過ぎない。これでは例えば 4.5 節で指摘した個別語彙の変遷の問題について、アドホックな説明しか与えられない。しかし、田中・田島(2017)に見られるように、フォロワー数などの特徴量を算出したり、クラスタリングすることによって、一見したところ独立して存在しているように見える語彙の関連性や言語学一分野の研究範囲では見いだせなかった流行語の本質を客観的数値に基づき提示できる可能性があると考えている。

第三に、理論的枠組みを明らかにする必要がある。4 節および注 5 で指摘したように、流行語研究には特例の理論的枠組みが存在しない。基本的には、現

存する言語学分野の理論のいずれかを利用できることが最も効果的であろう。英語の通時的研究においては、生成文法理論の枠組みがしばしば使われており、その理論的枠組みにおいて、研究が発展している。反対に、特例の理論を取り入れることによって、流行語と言う別の角度からその理論の妥当性を検証することも期待でき、理論研究への貢献へとつながると考える。

7. 結語

本稿では、今後の具体的な反証可能な流行語研究に向けて前提となる事柄を紹介し、それを踏まえて従来の流行語研究の問題点を指摘した。具体的な手法やそこから導かれる結論は、今後の研究へ引き継ぐこととなるが、本稿の議論によって流行語研究における概念的・理論的な問題点が明らかとなり、今後の流行語研究の方向性を示せたことは本研究分野への一つの貢献となるであろう。また、情報工学分野と言語学分野の知見を融合することによって、これまでにない研究成果を生み出せると主張することで、今後の流行語研究の可能性の広がりについても示唆することとなった。

注

- (1) 米川(1988: 11)では、新語についてのこの定義について少し言い過ぎの感もあるとの指摘をしている。また、流行語について、『世界大百科事典』では、多くは新語であるが、必ずしも新語とは限らないと付記している。この点について妥当な指摘であり、従来存在する語彙が流行語となる事例は多い。
- (2) 本論文は、情報工学分野との学際的研究の基盤となることを念頭に置いており、相互理解を深めるため、言語学分野における基本的な研究分野・考え方についても節を立てて述べることにした。また、筆者は生成文法理論の枠組みにおける理論言語学研究をこれまで専門としており、本流行語研究は筆者の中でも萌芽的な研究であることから、本研究に対する姿勢が的外れな議論になっていないか他からの批評を仰ぐためにも筆者の考える当該研究の位置づけを明確にしておく必要がある。
- (3) これら以外にも1970年代以降に関係文法論、生成意味論、語彙機能文法論、一般構造文法論、モンタギュー文法論、構文文法論など主流派でないものも含め多岐にわたって存在する(林・安藤(1988))。
- (4) それ以外にも、応用言語学、計算言語学、神経言語学などがある(Kageyama et al.

- (2003))。また、これらの周辺領域においても、研究対象、理論的枠組みの違いは存在する。例えば心理言語学では子供の言語獲得についての研究が盛んであるが、音から発話まで研究対象は異なり、生成文法理論に基づく分析か、認知文法理論の枠組みをとるのか(今井 2013)などの理論も研究者によって異なる。
- (5) 井出(1988)は、社会言語学全般について理論的枠組みが存在しないことを指摘している。近年は吉川(2017)などに見られるように、他領域で使用されている理論を社会言語学の分析に適用させようとする取り組みも出始めている。但し筆者が知る限り、流行語研究において理論的枠組みは存在せず、後で指摘する客観性がないという問題点の原因の一つとなっているように思われる。
 - (6) 明治、大正、昭和の新語・流行語については米川(1988)から引用。
 - (7) 例えば、英語の通時的研究においては、その語彙が記載されている文献がどの方言 (Northumbrian, Mercian, Kentish, West Saxon)で 書かれたものであるかというのには着目すべき点であり、研究結果も異なってくる。(Kozuka (2008))
 - (8) 厳密に言えば、トランプ大統領の「アメリカファースト」が元々の語源となる。(米川 (2019: 596))
 - (9) 初出は 2006 年。流行語大賞にノミネートされたのが 2009 年である。
 - (10) 以前は「用例カード」方法というものもあった。現在も補足的な形で行うことはあるが、この方法が中心となることはほとんどないため、ここでは言及しない。
 - (11) サンプリングされたデータの詳細については、石井・杉本(2014)を参照のこと。
 - (12) 後藤 (2003:13)の言葉を借りれば、「無限の母集団を有限のサンプルで代表させるのであるから、コーパスには必ず隔たりが存在する」となる。
 - (13) 柿木(2003: 75)では、係り結びについて同様の主張を行っている。すなわち、係り結びが消失したのは、人が古い表現と感じるようになったからだというものである。
 - (14) SNS は、Twitter 以外に Facebook, Line, Instagram, Pinterest, LinkedIn, WhatsApp, WeChat, カカオトーク, SnapChat, TikTok などがある。但し、Pinterest, LinkedIn, WhatsApp は、利用者割合が年代別で最大でも人口比のそれぞれ 15%、6%。10%となっており言語資源としての価値は下がるだろう。また、WeChat は韓国、カカオトークは中国、TikTok は動画配信が中心の SNS であるため、日本語の流行語研究には向いていないと考える。Instagram については注 15 に言及。Line については、データ収集が可能であれば Twitter と同様に言語資源として活用する価値はあると考える。
 - (15) その点で言うと、Instagram はまとまった文章で書くことが多いので、既存の書き言葉と近いものがあり、スピーチレベルの観点で言うはずれが生じるであろう。

参考文献

- 後藤 斉 (2003) 「言語理論と言語資料—コーパスとコーパス以外のデータ」『日本語学』22, 6-15.
- 橋本 受旺 (2020) 「Twitter データを用いた流行語使用頻度の経年変化に着目したクラスタリング」卒業論文 名古屋工業大学.
- 林 哲郎・安藤 貞雄 (1988) 『英語学の歴史』英潮社新社：東京.
- 井出 祥子 (1988) 「社会言語学の理論と方法—日本と欧米のアプローチについて」(https://www.jstage.jst.go.jp/article/gengo1939/1988/93/1988_93_97/_pdf)
- 今井 むつみ (2013) 『ことばの発達の謎を解く』筑摩書房：東京.
- 井上 史雄 (1998) 『日本語ウォッチング』岩波新書：東京.
- 石井 正彦・杉本 武 (2014) 「コーパスを用いた日本語研究の特徴—語彙・文法を中心に—」『コーパスと日本語学』1-20, 朝倉書店：東京.
- Joos, Martin (1967) *The Five Clocks: A Linguistic Excursion Into the Five Styles of English Usage*. Harcourt: San Diego.
- 柿木 重宜 (2003) 『なぜ言葉は変わるのか—日本語学と言語学へのプロローグ』ナカニシヤ出版：京都.
- Kageyama, Taro, Brent de Chene, and Junko Hibiya (2003) *First Steps in English Linguistics*. Kuroshio: Tokyo.
- 小磯花絵・前川喜久雄 (2015) 「話し言葉コーパスの設計」『話し言葉コーパス：設計と構築』小磯花絵 (編)1-32, 朝倉書店：東京.
- 国語学会 (編) (1980) 『国語学大辞典』東京堂出版：東京.
- Kozuka, Yoshitaka (2008) An Aspect of OV Order in the *West Saxon Gospels* with Special Reference to the Collocation ‘Verb+God/Gode. Masachiyo Amano, Michiko Ogura, and Masayuki Okado (eds.) *Historical Englishes in Varieties of Texts and Contexts*, Peterlang, 79-91.
- Kuno, Susumu and Kenichi Takami (1993) *Grammar and Discourse Principles: Functional Syntax and GB Theory*, The University Chicago Press: Chicago.
- 桑本 裕二 (2010) 『若者ことば 不思議のヒミツ』秋田魁新報社：秋田.
- Langacker, Ronald W. (1987) *Foundations of Cognitive Grammar: Theoretical Prerequisites*. Stanford University Press: Stanford.
- 中島 平三 (編) (2009) 『言語学の領域(I)』朝倉書店：東京
- 西原 哲雄 (編) (2017) 『心理言語学』朝倉書店：東京.
- 大門 正幸・柳 朋宏 (2006) 『英語コーパスの初歩』英潮社：東京.
- 岡田 祥平 (2013) 「Twitter を利用した新語・流行語研究の可能性—アイドルグループ「Sexy Zone」の略語を例に—」『新潟大学教育学部研究紀要』6: 49-74.
- 田中 勝也・田島 敬史 (2017) 「Twitter におけることばの流行予測」 *DEIM Forum 2017*.

(<https://db-event.jpn.org/deim2017/papers/202.pdf>)

- 谷 明信・尾崎 久男・米倉 綽 (2018) 「最新の比較言語研究と歴史言語学の進展」『言語の獲得・進化・変化』遊佐典昭(編)pp. 206-306 開拓社：東京.
- 米川 明彦 (1988) 『新語と流行語』南雲堂：東京.
- 米川 明彦 (2019) 『平成の新語・流行語辞典』東京堂出版：東京.
- 吉川 正人 (2017) 「社会統語論の目論見—「文法」は誰のものか—」『社会言語学』146-167, 朝倉書店：東京.