

論文

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

馬 麗 梅

要 旨

中国のインターネット利用者数は2013年に6億1800万人に達し、その普及により、中国はすでに「情報爆発」の時代に入っているといわれている。そうした中で、インターネット関連の新しい流行語は雨後の筍の如く続々と現われてきている。

なにかのきっかけによって突然に生まれ、そしてそのほとんどは短い間に広かつ大量に使われた後、また突然に姿が消えてしまうというのがその特徴の一つである。繰り返されるこのようなパターンはインターネットユーザーだけでなく、現代社会のライフスタイルや文化にも大きな影響を及ぼしている。その影響はポジティブな影響なのか、それともネガティブな影響なのか。小論では、中国におけるインターネット流行語の現状と主な要因を考察し、さらに人々の日常生活や言語に与える影響などを分析する。

キーワード：インターネット流行語、微博（Weibo）、微信（WeChat）、コミュニケーションの効率、バーチャルコミュニティ、外来語、類推（アナロジー）の効果

1 中国におけるインターネット流行語の現状

インターネット流行語は情報通信技術（ICT）の発展と普及により派生されたある種の言語現象であり、われわれが日常の意思疎通に使っている自然言語に対するある種の変異体で

あると解釈できる。近年、特に微博（Weibo、中国版 Twitter）や微信（WeChat、ウェイシン）の急速な普及にともない、インターネット流行語の誕生と発展は広く注目され、新しいコミュニケーションのツールとして脚光を浴びるようになった¹⁾。それはインターネット社会のありのままの姿やインターネット利用時の発想法、そしてインターネットユーザーの価値観、社会の情勢なども反映している。また、時代の変化とともに絶えず変化しているインターネット流行語は、伝統的な言語だけでなく、人々のライフスタイルや文化にも大きな影響を及ぼすようになったのである。

インターネット流行語は、字面から解釈すれば、インターネット上で流行している言葉である。それは主にインターネット利用者が自ら創り出したいわゆる「造語」であり、インターネット上で広くかつ大量に使われるものである。具体的には各種の記号や数字、語彙、そしてセンテンスといった形で現われている。現在のところ、インターネット流行語について公認された定義はまだない。

インターネット流行語はインターネット言語に根差したものであり、現代中国語の発展に寄与するものである。インターネット流行語は一般的な語彙の特徴をもつばかりでなく、独特な伝播の効果もある。言語学の分類からすればインターネット流行語は流行語とインターネット言語両方のジャンルに属している。

ここでは『咬文嚼字』（yǎowén jiáozi）という専門雑誌が選んだ2013年の中国の十大インターネット流行語を見てみよう（表1参照）。

表1 『咬文嚼字』誌が選んだ2013年の中国語十大インターネット流行語

簡体字	日本の漢字	ピンイン	日本語訳
中国梦	中国夢	zhōngguó mèng	中国の夢, the Chinese Dream [政治的なスローガン]
倒逼	倒逼	dàobī	逆方向から迫る
逆袭	逆襲	nìxí	元々劣勢にあったものが優勢に転じること
光盘	光盤	guāngpán	(レストランなどで) 食べ物を残さないこと
土豪	土豪	tǔháo	(教養のない) 金持ち
女汉子	女漢子	nǚ hànzi	おっさん女子
微XX	微XX	wēi XX	マイクロ… (例:「微博」「微信」「微新聞」など)
点赞	点贊	diǎn zàn	「いいね!」をつける
大V	大V	dà V	「微博」などで多くの人にフォローされているアカウント
奇葩	奇葩	qípā	風変わりなもの、頭がおかしい人

出所：西原（2013）を参考に筆者作成。

トップの「中国梦」(zhōngguó mèng) は「中国の夢」(the Chinese Dream) を意味し、こ

これは中国の習近平国家主席が提唱した政治的なスローガンである。「倒逼」(dàobī)は「逆方向から迫る」という意味であり、また「逆袭」(nìxí)は日本語の「逆襲」に由来したもので、「元々劣勢にあったものが優勢に転じること」を意味しているが、「新しいものが古いものを駆逐する」という意味で用いられることもある。これらの単語は政治的なスローガンだけでなく、人々の日常生活に根付いた言葉でもある²⁾。

例えば、「光盘」(guāngpán)というのは食べ物を残さないようにするという意味である。もともと「光盘」は「(CDやDVDなどの)光ディスク」という意味であったが、社会運動としての「光盘」は、レストランなどで食べ物を残さないようにすることや食べ物を残さずに持ち帰る(「打包(dǎbāo)」)ことを意味している。

「土豪」(tǔháo)は教養のないお金持ちのことを指している。インターネット上では、「土豪，我们做朋友吧」(tǔháo, wǒmen zuò péngyou ba)という言葉をよく見かける。これは「土豪さん、友達になりましょうよ」という意味で、土豪の教養のなさは嫌いなながらも、土豪のもつ金の魔力にあらがいがたいアンビバレント(ambivalent)な気持ちを表している。

また、「女汉子」(nǚ hànzi)は「おっさん女子」や「オヤジギャル」に近い意味をもつ言葉である。「汉子」は男らしい成人の男性という意味で、これに「女」がつくことで外見は女だが内面は男っぽい女性のことを指している。

「微博」(wēibó, ウェイボー)というウェブサイト名は、「微小」(wēixiǎo, マイクロ)な「博客」(bókè, ブログ)に由来している。これは中国で最も流行しているマイクロブログサービス(いわゆる中国版Twitter)である。「微博」の影響から、「微」という字の後ろになにかをつける用語法が流行するようになった。

例えば、「微信」(wēixìn, ウェイシン)とは、「微小」の文字数の手紙を意味するものである。2011年1月に中国大手IT企業テンセント(騰訊)によってサービスを開始してから、2013年10月には登録ユーザー数は6億人を突破し、そのうち中国国外の登録ユーザー数が1億人に達したと報道されている³⁾。対応する言語も約20カ国語にのぼる。そして、「微新闻」(wēi xīnwén)というと、百文字程度にまとめられた短いニュースのことを指している。

また、「点赞」(diǎn zàn)は、SNS(social networking service, ソーシャル・ネットワーキング・サービス)での投稿に対して賛意や共感を示すことを指している。Facebookで「いいね!」をつけることと同じ意味である。「大V」(dà V)は、「微博」で多くの人にフォローされているアカウントのことを指している。

さらに、「奇葩」(qípā)は「風変わりなもの」を指している。この言葉はいわゆるネットスラング(隠語)で、風変わりなものを賞賛するというよりは、揶揄したりバカにしたりするニュアンスが含まれている。主としてネットユーザーの間でのみ通用する特殊な表現である。

以上を見てきたように、『咬文嚼字』誌は、多くの要因を考慮しつつ、かつ中国語環境の下で語彙の流行度を一番重視するという基本原則にもとづいて、これらの流行語を選出したのである。また、審査委員や専門家たちは語彙の規範性や独創性、社会的倫理性などの要素も重視した。さらに、流行の順位付け（ランキング）はこれらの語彙が紙媒体での使用の頻度やインターネットでの転送の頻度も参考にしたと伝えられている⁴⁾。「微博」や「微信」のすさまじい普及のスピードから見ても分かるように、インターネット流行語の自己増殖の勢いと現代中国語に与える影響は、実に無視できないものがある。次に、インターネット流行語の特徴について見てみよう。

2 インターネット流行語の特徴

表2 数字型のインターネット流行語

数字型流行語	語呂合わせ	ピンイン	日本語訳
520	我爱你	wǒ ài nǐ	愛している
530	我想你	wǒ xiǎng nǐ	恋しい
584	我发誓	wǒ fāshì	私は誓う
9494	就是就是	jiùshì jiùshì	其れ其れ、おっしゃるとおりだ
886 (88)	拜拜了	báibái le	バイバイ
3Q	谢谢	xièxie	ありがとう
386	三八啦	sānbāla	おちゃめ
6868	溜吧溜吧	liūba liūba	逃げろ
4478	散散去吧	sànsàn qù ba	関係を絶つ
7758	亲亲我吧	qīnqīn wǒ ba	キスして
56	无聊	wúliáo	つまらない
2099	爱你久久	ài nǐ jiǔjiǔ	永遠に愛している
885	抱抱我	bàobao wǒ	抱いて
995	救救我	jiùjiù wǒ	助けて！
1314	一生一世	yìshēng yìshì	一生、一生涯
1414	意思意思	yìsīyìsī	ちょっとお礼をする
4242	是啊是啊	shì'a shì'a	ええそうです

出所：Xuanzi (2014) および炎の和田 (2011) を参考に筆者作成。

2.1 簡単明瞭なもの

そもそもインターネット言語はインターネットユーザー（以下、ネットユーザーと略す）がインターネット上でのコミュニケーションの効率をあげるために生まれたものである。し

たがって、簡単明瞭さはインターネット言語の最大の特徴の一つになっている。言葉で表現するばかりでなく、語呂合わせからなる数字やアルファベットなどの略語を使い、文字を置き換えたりすることはその主な目的である。そうしたことによって、ネットユーザーのタイピングスピードを大幅に引き上げ、チャットの効率をあげることができる。

例えば、「9494」は「就是就是」(jiùshì jiùshì) という語呂合わせであり、其れ其れ、相手の意見を支持するという意味である。「886」は「拜拜了」(báibái le) という語呂合わせであり、「それじゃまたね」という意味になる。「88」にも同じような意味があり、英語の「バイバイ」に相当する。「3Q」は「谢谢」(xièxie) で、ありがとうという意味になる。「BF/GF」は「男朋友／女朋友」、ボーイフレンド／ガールフレンドという意味である⁵⁾。

表2は代表的な数字型インターネット流行語⁶⁾、表3は代表的なローマ字型インターネット流行語を示している⁷⁾。なお、数字型インターネット流行語の多くは台湾や香港から来たものである。

表3 ローマ字型のインターネット流行語

ローマ字型流行語	中国語	ピンイン	日本語訳
BT	变态	biàntài	変態
PL	漂亮	piàoliàng	きれい、美しい
FB	腐败	fǔbài	組織などが腐敗している
BF	男朋友	nán péngyou	ボーイフレンド
GF	女朋友	nǚ péngyou	ガールフレンド
PMP	拍马屁	pāi mǎpì	お世辞を言う
OUT	老土	lǎotǔ	とてもダサイ
Tuhao	土豪	tǔháo	金遣いが荒くて教養のない金持ち
gelivable	给力	gěilì	素晴らしい
no zuo no die	不作死就不会死	bù zuōsǐ jiù bú huì sǐ	自分からわざわざ面倒を持ち込む
you can you up	你行你上啊	nǐ xíng nǐ shàng'a	できるなら、あなたがすれば
no can no BB	不行就别乱喷	bù xíng jiù bié luànpēn	そうでないなら、口をはさむな
high	高	gāo	興奮

出所：KN (2014) および昭 (2014)などを参考に筆者作成。

2.2 時代感覚に合ったもの

『世界大百科事典 第2版』の解説によると、流行語とは、ある一時期に突然多くの人に受け入れられて、頻繁に用いられる語または語句。「はやりことば」ともいう。たいていは、その使用は短い期間で終わるが、まれに長く用いられ定着化して、一般辞書に登録されることもある。多くの人に受け入れられるのは、その語または語句が世相の本質または一面をず

ばりと表現しているためだといわれている⁸⁾。この点において、インターネット流行語にも通用すると思われる。例えば、「给力」「雷人」「宅男」「摇号」「团购」「微博」「山寨」「閃婚」などといったようなインターネット流行語3000語は『現代漢語辞典』第六版に収録されるようになった⁹⁾。これらの言葉は、時代の息吹きに満ち溢れているので、大衆にあまねく受け入れられ、人々に広く愛用され、しかも主要なメディアにも採用されている。したがって、社会の多くの人々に広く使われていくものは強い生命力をもつが、その一方で、時代の感覚に合わなくなった語句はやがて見捨てられてしまう。例えば、かつて「286」は「落伍」（落ちこぼれ）の意味を表わしていたが、現在は「286」という言葉すら見当たらない。すでに「OUT」という新しいはやり言葉に取って代わられている。

「聖品網絡」というインターネット調査会社の調査結果によると、中国のネットユーザーの構成は、15歳から24歳が占める割合は27%、25歳から34歳が占める割合は32%、つまり、若者が占める割合はネットユーザー全体の59%に達しているといわれている（図1参照）¹⁰⁾。若者たちがネットユーザーの主力になっているので、使い勝手がよく、かつ新奇なインターネット用語が求められている。特に、昨今の中国社会では、食品安全や住宅価格の高騰、老後生活および環境破壊などの社会問題が頻発しているので、これらの関連分野においてインターネット流行語が数多く生み出され、そうした社会の一面をいち早く反映している。

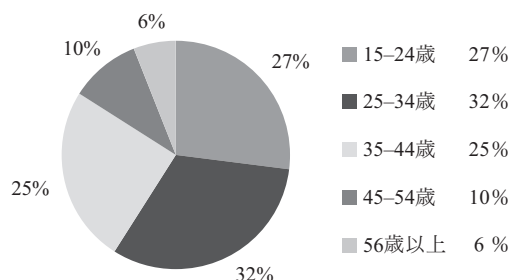


図1 中国におけるネットユーザーの年齢分布図（2013年）

出所：聖品網絡「全球網絡用戶年齡段分布大比拼 中国居第二」
<http://www.shengpin.net/new174.html> を参考に筆者作成。

表4はここ数年の時代感覚に合った代表的なインターネット流行語の抜粋である。

例えば、「Hold住」（hōu zhù, 「コントロールできる，落ち着かせる」）はもともと香港の人たちが使う中英合成語で，Holdはhōuと発音されることが多い。台湾のあるバラエティ番組によって一躍流行語になった。具体的には，どんなことにめぐり合っても動揺せず，落ち着いてしっかり対応する，あるいは状況を安定させるという意味で使うことが多い¹¹⁾。その時代の雰囲気合った言葉なので，「Hold住」は2011年度最も人気のあるインターネット

流行語になったのである。その理由は「Hold 住」という単語の形式と意味の両方に現れている。中英合成語といった形式は国際的なイメージを創り出しているの、現在の若者の新奇好きの気持ちに合っている。また、「Hold」はコントロールする、落ち着いて対応するという意味で、「～住」は一般的に動詞の後ろにつくので、「しっかりと～」という意味である。このような斬新な組み合わせは、わかりやすく大衆向きである。

表4 時代感覚に合った代表的なインターネット流行語

簡体字	ピンイン	日本語訳
Hold 住	hōuzhù	コントロールできる、しっかりとつかむ、諦めない
伤不起	shāngbuqǐ	もう傷だらけなので、これ以上自分を傷つけることができない
秒杀	miǎoshā	ネットショッピングであっという間に売り切れること。即完売
卖萌	màiméng	可愛い子ぶる。ぶりっこする。〈類〉装可愛
呆萌	dāiméng	バカっぽく可愛い
打酱油	dǎ jiàngyóu	無関心な態度をもつ人
杯具	bēijù	「悲劇」の同音異義語。悲劇
洗具	xǐjù	「喜劇」の同音異義語。喜劇
斑竹	bānzhú	版主の同音語。ウェブマスター、サイトの管理人、BBS の管理人
拍砖	pāizhuān	反対意見を言う
小资	xiǎozī	プチブル。小金持ち。ある程度の財産を持つ独身女性
养眼	yǎngyǎn	「好看」と同じ、目で見て美しい
范儿	fàner	スタイリッシュ
恐龙	kǒnglóng	不細工な女性ネットユーザー
青蛙	qīngwā	不細工な男性ネットユーザー
小强	xiǎoqiáng	ゴキブリ
亲	qīn	「親愛なる」より軽い気持ちで相手に声をかける時に使う
亲们	qīnmen	「亲爱的朋友们」の略称
劈腿	pītuǐ	浮気をする
酱紫	jiàngzǐ	「这样子」と同じ、この様
宠溺	chǒngnì	過度に甘やかす。過度に可愛がる
炒鱿鱼	chǎo yóuyú	解雇する。クビにする
下课	xiàkè	監督やコーチが辞職する、更迭される
菜鸟	càiniǎo	(ネットやパソコンの) 新人、初心者
恶搞	ègǎo	悪ふざけ。いたづら。低俗なパロディ

出所：さんむー（2014）および共享辞典北辞郎などを参考に筆者作成。

また、「伤不起」(shāngbuqǐ) は、「動詞＋不起」という組み合わせになっている。ここでは、「伤」は「傷み」という意味で、「～不起」は「金銭や体力、精神などの面から、負担す

る能力や資格がなく、何かをすることができない、または我慢できないこと」という意味である。例えば、「お金がなくて、物が買えない」の場合は、「买不起」といい、また「食べ物の値段が高くて食べられない」の場合は、「吃不起」という。「伤不起」の場合は、「もう傷だらけなので、これ以上自分を傷つけることができない。または、これ以上自分を傷つてはいけない」という意味である¹²⁾。

「呆萌」(dāiméng)という単語も時代の雰囲気合った言葉の代表格として広く使われている。「呆萌」は「バカっぽく可愛い」という意味で、褒め言葉として若者たちに愛用されている¹³⁾。

「打酱油」(dǎ jiāngyóu)は本来、「醤油を買う」という意味であったが、2008年頃から「自分とは関係ない」という意味で使われるようになった。実際の生活の中で、「無関心な態度をとっている人」を指すこともある。昨今の世の中では、社会や他人に対して冷たく「無関心」な態度をとっている人が多いので、なんでも「打酱油」扱いになってしまうのである¹⁴⁾。

「杯具」(bēi jù)という単語の本来の意味は「水を盛る器具」であったが、「悲劇」(bēi jù)とは同音異義語であるため、置き換えて使われるようになった。「杯具」はさらに進化して名詞や形容詞としても使われるようになり、「最悪だ、残念だ」などといったように、不満や文句を表す言葉になっている¹⁵⁾。その不満は本人からみれば悲劇だが、周りから笑いを誘い出すこともあるので、いまだに流行語としてインターネット上で広く使われている。これは漢字入力の変換ミスをあえて使い、ユーモラスな表現を創り出しているケースである。また、「洗具」(xǐ jù)はその正反対の意味であり、「喜劇」(喜劇)の同音異義語である。

「炒鱿鱼」(chǎo yóuyú), 直訳すれば「イカを炒める」という意味であるが、イカを油の中に入れると丸くなる様子が、昔雇われ人が暇を出されて布団をくるくると筒状に巻いて立ち去る姿に似ていることから、「クビにする」という意味に用いられるようになった¹⁶⁾。同じように、監督やコーチが辞職する、あるいは更迭される時に、「下课」(xiàkè)を使う場合が多い。

2.3 ランダム性 (偶然性)

今の若者たちはインターネット上で楽しさや利便性を追求している。彼らにとって自分の気持ちを思うままに表すにはインターネットは大変便利な空間である。そこで現実の生活では話し出せない言葉や考え方などを心ゆくまでストレートに表現できるからだ。例えば、前述の「杯具」の例では、なぜこの「杯具」を同じ発音を持つ「悲劇」の代わりに使われたのだろうか。それは単なる入力ミスではなく、直観的なイメージをもつ「水を盛る容器」は抽象的な意味をもつ「悲劇」よりも実感があるので、ネットユーザーがユーモラスに創り出

したのではないかと推測できる。こうした語呂合わせのような流行語には一部偶発的な要素が入っているので、その意味ではランダム性（偶然性）があるのではないかと思うのである。表5にはこのジャンルの代表的なインターネット流行語を取りまとめた。

表5 ネットユーザーが思うままに作ったインターネット流行語

簡体字	ピンイン	日本語訳
稀飯	xī fàn	「喜欢」と同じ。好きである
偶	ǒu	「我」と同じ。私
妹紙	mèizhǐ	「妹子」と同じ。女の子
孩紙	háizhǐ	「孩子」と同じ。こども
东东	dōngdōng	「东西」と同じ。もの
童鞋	tóngxié	「同学」と同じ。呼び方
筒子／筒子们	tǒngzi/tǒngzimen	「同志」と同じ。あなた「筒子们」＝みなさん
猪脚	zhūjiǎo	「主角」と同じ。主人公
男猪脚／女猪脚	nán zhūjiǎo/nǚ zhūjiǎo	「男主角／女主角」と同じ。男性（女性）の主演
大虾	dàxiā	「大侠」と同じ。達人。経験豊富な人，知識豊かな人
有木有	yǒumùyǒu	「有没有」と同じ。ありますか
肿么了	zhǒng me le	「怎么了」と同じ。どうしたの
你造吗？	Nǐ zào ma?	「你知道吗？」と同じ。知っていますか
表酱紫	biǎo jiàngzǐ	「不要这样子」と同じ。このようにしないで

出所：Three（2012）および共享辞典北辞郎などを参考に筆者作成。

ここの「稀飯」（xī fàn）はもともと「おかゆ」の意味であったが、若者の間では「好き」という意味の「喜欢」（xǐ huān）に発音が似ていることから「喜欢」を「稀飯」と書いて使われている。「有木有」（yǒumùyǒu）も「有没有」（yǒuméi yǒu）の発音に似ているということで当て字として使われ、「微博」（中国版 twitter）や「微信」（WeChat）などで広く浸透している。同じように、「偶」（ǒu）は「我」（wǒ）として使われている。「偶稀飯你！」はすなわち、「あなたのことが好き」という意味である¹⁷⁾。

「童鞋」（tóngxié）は「同学」（tóngxué）の代わりに使われており、インターネット用語としての「童鞋」は、学生に対する呼び方だけでなく、ほとんどインターネット上の誰に対しても適用できる。さらに、「大虾」（dàxiā）の意味はもともと海老であったが、中国の「武侠小说」の中の「大侠」（dàxiá），つまり剣豪やヒーローといったような意味に転用して使われるようになり、達人，経験豊富な人，知識豊かな人などを指すようになった¹⁸⁾。

2.4 多元性

インターネットや SNS (Social Networking Service, ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の急速な普及にともない、世界各地で発生している事件などはリアルタイムでアップデートされるようになり、世界中の人々が現地の情報を共有できる時代になったのである。インターネット流行語はインターネット時代の世界の変化を反映するのも当然である。インターネット言語の中には中国の伝統文化の名残りや外来文化の影響、あるいは伝統文化と外来文化の要素が融和している現象もよく見られる。

表 6 日本語・日本文化の影響を受けたインターネット流行語

簡体字	ピンイン	日本語訳
么么哒	mēmēda	相手に対する好意や愛情を表す擬声語, ちゅっちゅ
萌萌哒	méngméngda	可愛い。さまざまな感覚
卡哇伊	kǎwāyī	可愛い
纳尼	nàní	なに, なんだ
欧巴桑	ōu bā sāng	おばさん
尼桑	ní sāng	兄さん
撒鼻息	sǎ bí xī	寂しい
杀马特	shā mǎ tè	「smart」。日本のビジュアル系の影響を受けたファッションや化粧をする者, またはその行為
腹黑	fùhēi	「黒心」と同じ。腹黒い
森女	sēnnǚ	森ガール。森に似そうな女の子またファッションスタイル
天然呆	tiānrán dāi	天然ボケ
达人	dárén	達人
人气	rénqì	人気。人々の評判
亲子	qīnzǐ	親子
吧	bā	バー
秀	xiù	(Show の音訳) 見せる。ショー
真人秀	zhēnrén xiù	リアリティ番組。リアリティショー
拍档	pāidàng	パートナー。仲間
沙龙	shālóng	サロン
萝莉控	luóli kòng	ロリコン
正太	zhèngtài	日本語の「ショタ」に由来し, アジア系の少年を指す
御姐	yùjiě	御姉 (おねえ)

出所: 劉・謝・胡 (2014) を参考に筆者作成。

例えば, 「神马都是浮云」(shénmǎ dōu shì fúyún) の中の「神马」(shénmǎ) は「什么」(shénme) の発音に似ている。「浮云」(fúyún) は『論語』の中にある「不义而富且贵, 于我

如浮云」(不義にして富み且つ貴きは我に於て浮雲の如し)から引用したものであり、瞬く間に過ぎ去ることを意味している。したがって、「神马都是浮云」は「什么都不值得一提」(shénme dōu bù zhíde yìtí), すなわち、「なにも取り上げるには及ばない」という意味になる¹⁹⁾。「神马都是浮云」の例を見てもわかるように、インターネット流行語のスタイルが斬新でありながら、中国の伝統文化の要素も多く含まれている。

また、インターネット流行語は外来文化から受けた影響も大きい。その中でも特に日本のアニメやドラマ、漫画、ゲームなどからの影響を受け、若者たちは日本語の音訳あるいは漢字の表記をそのまま中国語としてインターネット上で使っている。なかには、日本発の台湾や香港経由のものも相当あるので、台湾や香港からの影響も無視できない²⁰⁾。表6には日本語や日本文化に由来した人気のあるインターネット流行語を取りまとめた。

近年、日本文化、とりわけアニメ文化やいわゆる「秋葉原文化」などは着実に中国に広く浸透している。例えば、「么么哒」(mēmēda)は日本のいわゆる「カワイイ文化」の影響を受けて生まれた擬声語である。可愛さがいっそう増した「萌萌哒」(méngméngda)は可愛いという意味であるが、「么么哒」の発音に似ていることから、若者の間では大変人気のあるインターネット流行語になっている。また、最近インターネット上では古詩の後半を「感觉自己萌萌哒」(gǎnjué zìjǐ méngméngda)を加えた表現が特別のユーモラスな感覚を創り出せる雰囲気があるので、流行りのブームになっている。例えば、「人生得意须尽欢(rénshēng déyì xū jìn huān), 感觉自己萌萌哒。」や「犹抱琵琶半遮面(yóubào pípá bàn zhēmiàn), 感觉自己萌萌哒。」「横眉冷对千夫指(héngméi lěngduì qiānfū zhǐ), 感觉自己萌萌哒。」といったように、具体的な意味が読み取りにくい、読むとあまり違和感を覚えないような組み合わせがたくさん現れている²¹⁾。

2.5 社会性

2010年頃、「人生就像刷牙，一手握着杯具，一手握着洗具。」(Rénshēng jiù xiàng shuāyá, yìshǒu wòzhe bēijù, yìshǒu wòzhe xǐjù.)というインターネット流行語が一時盛んになっていた。すなわち、「人生は歯磨きの如く、片手に悲劇を握り、片手に喜劇を握っている。」という意味である。インターネット流行語はその時々の人々の関心や注目を集めている出来事や社会問題を反映するものである。特にここ数年、中国社会で最も注目されているのは食品、住宅、教育、若者の生活と文化、および環境問題などさまざまな社会問題である。これらの問題をめぐって、新しいインターネット流行語は雨後の筍の如く続々と現われてきている。

表7は近年主な社会問題を反映するインターネット流行語を示している。例えば、社会のどん底にいと自嘲する「屌丝」(diǎo sī, ダメ人間の意)がある一方、明るくて前向きな姿勢を示す「正能量」(zhèng néngliàng, プラスのエネルギーの意)もある。中国社会では

衣食住といった日々の暮らしの最も基本的な事柄から、娯楽、レジャー、自己実現に至るまでもっと人間らしく余裕のある生活への期待感が高まりつつある。インターネット流行語はこれらのことを実に幅広くカバーしている。人々はインターネットという底知れぬ大きな舞台でさまざまな形で社会参加しているのである²²⁾。

表7 近年の主な社会問題を反映したインターネット流行語

流行語	ピンイン	日本語訳
你懂的	Nǐ dǒng de	互いに分かっている内容で、これ以上言う必要がない
你幸福吗？	nǐ xìngfú ma?	あなたは幸せですか？
屌丝／吊丝	diǎosī/diàosī	敗者。貧乏人。負け犬。ダメ人間
11月11日	shíyī yuè shíyī rì	光棍節。独身者（中国では「光棍」という）の日
～Style		～スタイル
中国式～	zhōngguó shì～	中国式～
舌尖上的（中国）	shéjiān shàngde	舌尖の上の中国
中国好声音	Zhōngguó hǎo shēngyīn	音楽の才能のある歌手を選抜し、視聴者を感動させ、高い視聴率を記録した国民的な人気オーディション番組
异地高考	yìdì gāokǎo	戸籍地でない都市での大学入試
表哥	biǎogē	腕時計兄貴
黄金大米	huángjīn dànmǐ	アメリカで開発された遺伝子組み換えの米で、その色が黄色っぽいため「黄金米」とよばれている
高大上	gāodàshàng	「高端大气上档次」の頭文字を取った略語。センスがありランクが高いことを表すが、時には皮肉にも使われる
高富帅	gāofùshuài	もてる男性の3要素を簡潔に表した言葉。背が高く、お金持ちで、格好いい男
白富美	báifùměi	理想的な女性像。色白、裕福、美形の3条件
冻容	dòngróng	20歳頃からアンチエイジングに励むこと
搞怪	gǎoguài	人々の関心を引くため、面白おかしい行為をすること
接地气	jiē dìqì	大衆に受け入れられること
流口水	liú kǒushuǐ	羨ましい
蹦的	bèngdī	「跳舞」と同じ。踊る
忽悠	hūyou	東北方言。でたらめなことを言う。ほらを吹く。騙す
躺枪	tǎngqiāng	「躺着也中枪」の略語。横たわっているのに銃弾が当たる。自分には非がないのに厄介ごとに巻き込まれる
坑爹	kēngdiē	ほら吹き、ひっかけ
山寨	shānzhài	有名ブランドを模倣して作られた模造品。海賊版
博客	bókè	ブログ
博文	bówén	ブログ記事
火星文	huǒxīng wén	ギャル文字

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

閃婚	shǎnhūn	スピード婚，電撃結婚
閃离	shǎnlí	スピード離婚
猎婚	lièhūn	婚活
恐婚族	kǒnghūn zú	結婚の失敗や離婚を恐れる人
蚁族	yǐzú	大学教育を受けたが定職がなく，低収入で郊外の低家賃住宅に群れをなすように生活する人々
蜗居	wōjū	狭苦しい家，陋屋
房奴	fángnú	住宅ローンの返済に苦しむ人々
裸婚	luǒhūn	ナシ婚，家や車，指輪も買わず結婚式・披露宴さえしない簡略化した結婚
裸婚族	luǒhūn zú	マンション，車，指輪，結婚式なしで結婚する人たち
虾米族	xiāmǐ zú	収入の落ち込みや不動産の高騰などから，中国の都市部に現れた消費しない若者たち
合吃族	héchī zú	インターネットで人を募り，一緒に食事に出かける人々。数名で話題の店などへ出かけ，支払いは割り勘
人造美女	rénzào měinǚ	整形美人。整形美女
经济适用男	jīngjì shìyòng nán	経済力がほどほどある男性
剩女	shèngnǚ	嫁に行き遅れ，婚期を過ぎても結婚できずにいる女性
粉丝	fěnsī	「追星族」と同じ。アイドルなどのファン，追っかけ
宅男宅女	zháinán zháinǚ	ずっと家に閉じこもってほとんど外出せず，ネットやネットゲームなどの室内活動にふけている男や女
失独者	shīdú zhě	一人っ子を失くした親
独二代	dú èr dài	一人っ子同士の両親から生まれた一人っ子の子供
富二代	fù èr dài	金持ちの二代目
网络新贵	wǎngluò xīnguì	ネット長者
花心	huāxīn	浮気
花心大萝卜	huāxīn dà luóbo	好色であること。色好みの男
吐槽	tǔcáo	(日本のアニメや漫才など) つっこみ
低碳生活	dītàn shēnghuó	エコライフ
装嫩	zhuāng nèn	若作りをすること。また，そのさま
囧	jiǒng	「窘」と同じ。しょんぼりする。ガックリする。落胆した様子
晕	yūn	「看不懂」と同じ。(意味が) ぜんぜん分からない
顶	dǐng	「点赞」と同じ。支持する。BBS で発言を支持する
给力	gěilì	すばらしい，すごい，クール
被增长	bèi zēngzhǎng	賃上げされた
正能量	zhèng néngliàng	プラスのエネルギー

出所：趙（2012）および共享辞典北辞郎などを参考に筆者作成。

3 インターネット流行語が普及している要因

以上を見てきたように、中国では近年情報通信技術の発展と普及にともない、社会の変化やさまざまな出来事を反映した新語や流行語がかつてないほど多く生み出され、急速に広がっていった。また、急増するネットユーザーがソーシャルネットワークで交流する際に、表現の迅速さやシンプルさ、あるいは意見の奇抜さを求めているので、それが、インターネット流行語の広がり一拍車をかけている。次に、インターネット流行語の普及要因について3つの側面から分析してみたい。

3.1 外部要因

インターネット流行語は文字通りインターネット時代の申し子である。インターネットは言うまでもなく、インターネット流行語の伝達手段として最も重要な役割を担っている。インターネットは1980年代末に中国に導入し始めたといわれており、それが中国におけるインターネット時代の幕開けとなった。その後、1994年4月20日に、北京の中関村にある「教育科学研究規範ネットワーク」が国際専用回線に接続したことにより、中国は正式にインターネットに加入することになった。それ以降、中国のネットユーザーがインターネットを通じて世界中の人々とコミュニケーションできるようになった。FacebookやTwitterなどのソーシャルメディアが世界的に流行していると同じように、中国でもさまざまな魅力ある情報発信手段が開発されるようになった²³⁾。

中国インターネット情報センターが2014年1月16日に発表したデータによると、2013年末までに、中国のインターネット利用者数は6億1800万人に達し、普及率は全人口の45.8%に達した。そのうち、携帯電話によるインターネットの利用者が占める割合は、2012年末の74.5%から81%に上昇し、ユーザー数は5億人に達したといわれている（表8参照）。携帯電話はインターネット端末のトップとして、その地位を揺るがないものにしたのである²⁴⁾。携帯電話からインターネットを利用するということは、場所や環境などの制限を受けることなく、オンデマンド方式でいつでも携帯端末から受発信ができるということを意味している。

(1) インターネットの普及はインターネット流行語の土台を作る

インターネットの普及にともない、急増するネットユーザーたちは新しいインターネット用語を求めている。グローバル化の進展にともない世界規模での交流が日常茶飯事になってきた。中国語もグローバル化という時代背景の下で英語の普及にともなってどんどん進化し、斬新な表現方法が次から次へと生まれ、尽きることを知らない。これらの新しい表現はたとえ社会的な認可を得られていなくても、オープンなソーシャル・ネットワーキング・

サービス（SNS）を通じて短期間の内に広くかつ大量に使われることが可能になったのである。

表8 中国におけるインターネット利用者数の推移

年	インターネット 利用者数 (万人)	普及率 (%)	携帯電話による インターネット利用者数 (万人)	携帯電話による インターネット利用者が 占める割合 (%)
2000	2250	1.8	n.a	n.a
2001	3370	2.6	n.a	n.a
2002	5910	4.6	n.a	n.a
2003	7950	6.2	n.a	n.a
2004	9400	7.2	n.a	n.a
2005	11100	8.5	3100	27.9
2006	13700	10.5	4700	34.3
2007	21000	16.0	9200	43.8
2008	29800	22.6	11760	39.5
2009	38400	28.9	23300	60.7
2010	45730	34.3	30300	66.3
2011	51300	38.3	35600	69.4
2012	56400	42.1	42000	74.5
2013	61800	45.8	50000	80.9

出所：馨（2014）などのデータを参考に筆者作成。

また、ネットユーザーの文化的な資質も向上してきているので、仮想の空間が比較的広いインターネット上で、人々は漢字や数字、符号記号、アルファベットなどを使い、それらを並べ替えたり組み直したりして、思い切り語句や単語を改造する。そのうえで、同音語や奇抜な単語、誤字、当て字などを使い、言葉遊びや文字ゲームをする。なお、その際に感じられたのは創造の楽しさと伝統的な言語規範を破る快感であるという。

さらに、インターネットの世界で人々はコミュニケーションする際に、双方の年齢や性別、職業を無視することができるので、たとえ自分が誤った発言をしても他人を傷つけてしまうような面倒な心配がない。インターネット上で、人々は隠すことなく、仮面を剥ぎ取り、本音を出し切って、思い切り楽しむことができる。インターネットは実にネットユーザーのために理想的なバーチャルコミュニティ、つまり自由な仮想空間を提供してくれたのである。そのおかげで、ネットユーザーは個性豊かな言葉や表現を思うままに創造することができたのである。これは新しいインターネット流行語が続々と現れてくる一つの大きな要因である。

(2) 推進力は転換期の高揚感と大衆の心理

2001年の中国のWTO加盟から十数年経ったが、この間、中国はめざましい発展を遂げてきた。しかし、その一方で、まだ発展途上にあるため、避けて通れない社会問題も数多く抱えている。このような転換期はまた社会問題の爆発期でもある。さまざまな事件や事故が発生する際に、ネットユーザーは高い関心を寄せており、彼らはマスメディアの報道を聞くよりも、自らの声を露わにしたがっている。そのため、想像力に富んだ新しいインターネット流行語が創り出され、流行り出していく。そのうち、大勢のネットユーザーに受け入れられたものは伝統的なメディアにも採用されていくので、通用の流行語となる。

そのプロセスにおいて、大衆の心理もインターネット流行語の流行にともない知らず知らずのうちに感化されていくのである。一般的にネットユーザーの心理は二種類ある。一つは大衆に追従する心理である。すなわち、もし大勢の人がある流行語を広く使っていけば、自分もその影響を受けてその言葉に対して興味を持つようになり、いついどこかで使ってしまうのである。もう一つは独自性を求める心理である。斬新な言葉が世の中に出てきたら、ネットユーザーが遅れまいとわれ先に使っていく傾向があるので、瞬く間に多くの人々によって使われ、その言葉の影響が雪だるま式に大きくなっていく。このような大衆心理の働きによって、インターネット流行語が勢いよく広がっていくのである²⁵⁾。

3.2 内部要因

(1) 若者はネットユーザーの主力

中国インターネット情報センターが発表したデータによると、2013年末までに、中国のネットユーザーの男女比率は56%：44%で、2012年とほぼ同じ水準であり、性別比は比較的安定的に推移している。一方、年齢構成からみると、20～29歳の年齢層が占める割合は31.2%、10～19歳は24.1%であるので、10代から20代の若者が占める割合は合計で55.3%になり、利用者全体の半分以上も若者であることが分かった（図2参照）²⁶⁾。

ほかの年齢層に比べると、10代から20代の若い人たちの特徴は一言でまとめにくいですが、とにかく発想が柔軟で、新しいこと、珍しいことを好む傾向がある。また、個性の尊重や自己実現を求めて、熱心に流行を追う。現実生活のなかで使う言葉に関しては、その言葉の表現の規範やルールなどの制約を受けたくない傾向がある。開放的で自由なインターネット・ネットワークは若い人たちに無限大の創造空間を与え、インターネット流行語の生成と発展のために最適の環境を提供している。

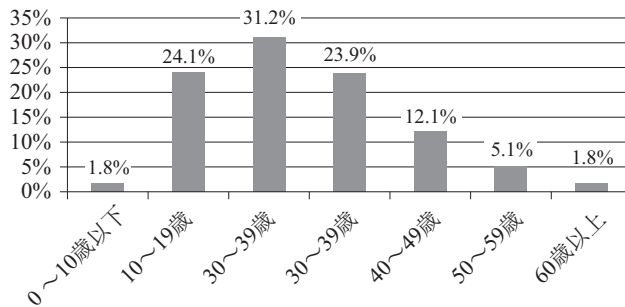


図2 中国におけるインターネット利用者の年齢構成（2013年）

出所：Dink（2013）を参考に筆者作成。

(2) 最大の利用目的は娯楽

「2013年中国青少年上網行為調査報告書」によると、18～25歳の若者たちがインターネットを利用する最大の目的は全体の28.4%を占めるレジャーと娯楽のためであることが分かった（図3参照）²⁷⁾。

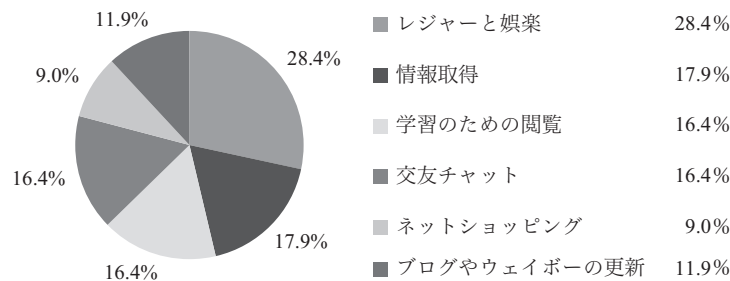


図3 中国における若者（18-25歳）のインターネット利用の主な目的（2013年）

出所：王（2014）を参考に筆者作成。

現代社会における生活のリズムがどんどん速くなり、人々は激しい競争に直面せざるをえなくなり、勉強や仕事、生活など多方面からのプレッシャーがこれまで以上に大きくなってきている。そのため、若者たちはBBS（電子掲示板）や微博（Weibo）、チャットソフトウェアなどを通じて心身のリラックスと楽しさを求めている。面識のないネットユーザーとでも、時間や空間の距離を考えずに同じ関心事について遠慮のない書き込みや言葉遊びなどを通じて楽しんだりする。その際、インターネットで使われる言葉の役割は情報伝達の手段というよりも娯楽の手段といったほうがふさわしいかもしれない。特に特殊な言語としてのインターネット流行語はネットユーザーのストレス解消に大きく役に立っている。彼らはこのようなコミュニケーションのプロセスを楽しんでいるのである。

例えば、2014年最も注目を集めたスポーツの祭典はFIFA ワールドカップブラジル大会であろう。各国のチームの勝敗を予測するにあたって、中国のネットユーザーの間では一つのユーモラスな文章がインターネット上で広く伝わっていた。

「这次世界杯，意大利走了，西班牙哑了，英格兰烂了，乌拉归了……1/4决赛：哥伦比亚哑了，法国熄了，比利时失了，哥斯达离家了！照这思路，接下去半决赛：巴熄了，荷兰烂了，决赛是德国对阿根廷。最后：德过了，阿根廷停了，冠军应该是德国！」

日本語訳：「今回のワールドカップでは、イタリアが離れ、スペインが枯れて、イングランドが総崩れ、ウルグアイが帰っちゃった……準々決勝では、コロンビアが枯れ、フランスが消え、ベルギーが負けて、コスタリカがアウトになった！この調子で行けば、準決勝では、ブラジルが消え、オランダが崩れ、決勝戦はドイツとアルゼンチンになるだろう。最後に、ドイツが通過し、アルゼンチンが止まって、チャンピオンはドイツのはずだ！」

ワールドカップの結果を見れば、この予測は見事に大当たりだった。この言葉遊びの創作者は中国語の語呂合わせや言い回しを巧みに駆使し、さらに、気の利いたしゃれやユーモアもその中にうまく盛り込んだ。一時的に大ヒットし、ワールドカップ期間中の一大流行語になったほどである。

3.3 言語学的な要因

現代中国語は流行語を作りやすく、流行しやすい特徴を持っているといわれている。ここでは次の3つの観点から検討してみたい。

(1) 中国語の豊かな表現方法

中国語の言語学的な特徴を見ると、一音節が一文字に対応し、一つの意味を表していることが分かる。中国語の発音は音節と声調から構成され、全部で千三百三十数個ある。これが発音のベースになるもので、日本語の五十音図に相当するものである。漢字の総数についてはさまざまな説があるが、少なくとも5万字以上あることは間違いない。言い換えると、これは中国語に、数多くの同音異義の漢字があることを意味する。漢字の多さこそが、中国語の表現方法を豊かにする最強の武器でもある。流行語も中国語のこうした特徴を活かし、言葉に斬新感やユーモア感を創り出し、語呂合わせや言い回しをなめらかにすることができたのである²⁸⁾。

(2) 外来語の影響

2013年、微博（ウェイボー）のインターネット流行語トップ10に入った「自分からわざわざ面倒を持ち込む」という意味の「不作死就不会死（bù zuōsǐ jiù búhuì sǐ）」がこのほど、アメリカのオンライン俗語辞典『Urban Dictionary』に収録された。その英訳は“no zuo no die”で、「作」の中国語の発音「zuō」がそのまま音訳されていることに、多くのネットユー

ザーが注目している。この辞典には、通常の辞書に載せられない多くの英語の俗語が収められている。例えば、「できるなら、あなたがすれば」という意味の中国語「你行你上啊 (nǐ xíng nǐ shàng a)」を英訳した“you can you up”や、その後に続く「そうでないなら、口をはさむな」という意味の中国語「不行就别乱喷」(bù xíng jiù bié luànpēn)を英訳した“no can no BB”も収録されている(表3参照)²⁹⁾。

また、日本のアニメやドラマ、漫画、ゲームなどの影響も相当大きく、日本語の音訳や漢字そのままの表記を中国語として使う傾向も若者の間で強まっている。

(3) 類推(アナロジー)の効果

インターネット流行語は時代の要請にうまく応えるために、類推の効果が一つの有力な手段になっている。人気のあるインターネット流行語の後ろによく類似語が続き、一つの語群を形成する。例えば、「很好很强大」(hěn hǎo hěn qiángdà, とても良くて強い)はその後、「很傻很天真」(hěn shǎ hěn tiānzhēn, とても愚かで幼稚な)や、「很黄很暴力」(hěn huáng hěn bàoli, とってもいやらしく暴力的), 「很虚很飘渺」(hěn xū hěn piāomiǎo, とっても虚しくてぼんやりしている)などといったように一連の語句が派生した³⁰⁾。

同じように、「被增长」(bèi zēngzhǎng, 賃上げされた)のタイプに類似した単語も続々現れている(表7参照)。例えば、「被小康」(bèi xiǎokāng, そこそこゆとりのある生活ができるようになった), 「被就业」(bèi jiùyè, 就業させられた)などがあげられる。ちなみに、被〇〇の対象になっている人々は、基本的に、なんらの発言権もなく、決定権もない社会的弱者であり、必要な保護を受けられないどころか、社会で一方的な強迫、しわ寄せを受けている階層である。そのような行き場のない不満が、こうした形で言葉に向かっているのである³¹⁾。

以上を見てきたように、類似している流行語から新しい単語を創るという、いわゆるアナロジーの手法がここで多用されている。こうした類推の効果を活かしてインターネット流行語を創り出すという手法は単純明快であり、しかも実用性が高いため、ネットユーザーの間で好評を博している。

4 インターネット流行語の影響

前述のように、インターネット流行語はネットユーザーだけでなく、現代社会のライフスタイルや文化にも大きな影響を及ぼしている。その影響は果たしてポジティブな影響なのか、それともネガティブな影響なのか。この節で考察してみたい。

4.1 ポジティブな影響

(1) インターネット流行語は簡明直截であるので、ネットユーザーがコミュニケーションの効率を上げることができるという意味で、現代社会のリズムには合っているといえる。

(2) 言葉のイメージがいきいきとしており、かつユーモラスで真に迫るので、想像以上に近距離感をネットユーザーに与えてくれる。また、バーチャルコミュニティの雰囲気活気に活気を与え、リアリティを感じさせる。

(3) インターネット流行語の多くは冗談交じりでユーモラスである。若者たちはこれらの個性的な言葉を自発的に使いたがるので、わりとすぐに広がる。彼らが苦心して創り出した言葉の多くは、いきいきとしているばかりでなく、反主流的でかつ反骨精神に富んだものが多いため、活気に満ち溢れている。例えば、「菌男」(jūnnán)「霉女」(méinǚ)とは顔立ちがよくない男女のことであるが、「俊男」(jùnnán)「美女」(měinǚ)とは四声がわずかに違う同音異義語である。しかも「菌」と「霉」は賞味期限が切れて変質した食べ物を連想しやすいので、皮肉な場合に使われると揶揄的な効果をもたらす。

(4) 現代中国語の発展に積極的な役割を果たしている。

4.2 ネガティブな影響

インターネット流行語は現代中国語の発展にポジティブな影響だけでなく、ネガティブな影響も与えている。「言葉には力がある」とよくいわれるように、正しい言葉遣いの習慣を身につけることは大事である。特に若い人は科学技術や文化などの知識を身につける段階にいたので、彼らにとって、ことさら重要である。しかし、インターネットの世界では、言葉の乱用は日常茶飯事になり、言語の規範に則っていない言葉が現実の生活の中でふんだんに使われているので、中国語の純粋さが破壊されてしまうことが懸念されている。それは中国語の伝播と伝承に支障を来し、現代中国語の規範性に致命的な打撃を与えかねない。ここでは、インターネット流行語のネガティブな影響を分析してみたい。

(1) スムーズなコミュニケーションに支障

インターネット流行語は特定の社会環境の下で生まれたものが多いため、そのような特定の環境以外では、普通の言語の規範から見れば分かりにくいところが多い。インターネット上の書き込みや文章を読んで、記憶にない単語が時々現われてくるので、困惑を感じる人が多いだろう。

例えば、「表酱紫」(biǎo jiàngzǐ)は「不要这样子」(búyào zhè yàngzǐ)の置き換え言葉であり、「このようにしないで」という意味である。「7456」は「气死我了」(qì sǐ wǒ le)の略で、「マジで頭にきた」という意味である。「木油」(mùóu)は「没有」と同じ意味である。このような単語がインターネット上だけでなく、日常生活の中でも流行しはじめている。こ

の種の流行語の「独創競争」はますます白熱化し、一つの新しい言葉がまだ定着していないうちに、もう一つの新しい言葉が登場し、お互いのコミュニケーションに大きな混乱や不便をもたらしている。このように、場所や環境を無視してインターネット流行語を使うと、かえってコミュニケーションの質を低下させ、人間同士の交流や意思の疎通にマイナスに働いてしまう恐れがある。

(2) 青少年の言語習得にマイナスの影響

図2に示されたように、2013年末の時点で中国全体のインターネット利用者数の中の24.1%が10～19歳の青少年である。近年、ネットユーザーの年齢構成はさらに低齢化する傾向がある。言語の習得が不完全なうちに携帯電話やiPad、パソコンなどを通じてインターネット流行語に接してしまうということは、子供や青少年たちにとって早すぎるきらいがあり、彼らに混乱をもたらす恐れがある。この年齢層の子供や青少年たちは学習能力が比較的高く、吸収力も強いので、このような面白くてかつ覚えやすいインターネット流行語は彼らには非常に受けやすい。

しかし、インターネット流行語は必ずしも現代中国語の標準形に合っているとは言い難く、また古代漢語からの伝承も受け継いでいないので、規範的な中国語とはとても言い難い。小学生の時からインターネット流行語に多く接すると、体系的な言語の習得には混乱をもたらす恐れがある。ところが、インターネット流行語が日常生活の中にも浸透しているので、子供や青少年たちは知らず知らずのうちにこれらの言葉を標準語として自分の言語体系の中に取り込んでしまう恐れがある。

例えば、小学校から高校までの学生たちの宿題やテストの解答には「围脖」(wéibó, ウルトランマン)、「忧桑」(yōusāng, 悲しむ)、「呆萌」(dāiméng, バカっぽく可愛い)、「顶」(dǐng, 支持する)、「雷人」(léirén, 衝撃的な)、「山寨」(shānzhài, 海賊版)、「秒杀」(miǎoshā, タイムセール)、「躲猫猫」(duǒ māomāo, いないないばあ)、「杯具」(bēijù, 悲劇)、「你懂的」(nǐ dǒng de, 言わなくてもわかるでしょう)などといったような流行語がよく見られるという先生たちからの指摘もある³²⁾。

また、「不要忘了微信我！」(ウェイシンで私に連絡して)とよく見かけるが、正しい語順は「不要忘了给我发微信！」。さらに、「这个小姑娘真漂漂。」(この女の子は本当にきれいで)とあるが、正しい言い方は「这个小姑娘真漂亮。」といったように、語順を勝手に変更したり、単語を思うままに創ったりするケースもよくある。このような流行語は現代中国語の規範に反しているため、しっかりした対策を取らなければ、子供や青少年のコミュニケーション能力を低下させてしまい、彼らの言語能力と文化的な資質に大きな影響を及ぼすだろう。

さらに、インターネット言語の使用に関しては法的規制が欠けているため、インターネッ

ト上では汚い言葉や悪質な表現は後を絶たず、その氾濫ぶりは青少年の言語能力の形成に悪い影響をもたらすに違いない。

5 むすび

インターネット流行語は現代社会のリズムに合ったものであり、その誕生および社会への広がりには人々の表現方法を豊かにし、現代中国語の発展に積極的な役割を果たしている。小論では、インターネット流行語の概念の説明を皮切りに、ここ数年盛んに流行している代表的なインターネット流行語の実例を多く取り上げ、その主な特徴を5つに分けて説明した。その中には時代の感覚に合ったものだけでなく、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。

また、インターネット流行語がここまで普及している要因について、外部要因と内部要因、および言語学的な要因という3つの側面から分析した。その中で、インターネットの普及はインターネット流行語の土台を作ったことや、中国語の豊かな表現方法を前提条件としていること、さらに、若者たちはインターネット流行語を創り出し、しかも利用する主力になっていることなどが明らかになった。最後に、インターネット流行語は人々の日常生活や言語に与えるポジティブな影響と、青少年の言語習得や言語能力の形成に与えかねないネガティブな影響などについて分析した。

以上のような分析を通じて、ネットユーザーがインターネット流行語と付き合う際に正しい姿勢で臨むことの大切さを改めて痛感した。それはすなわち、濫用しない、新奇さだけを追求しない、言語の規範を必要最小限に守って使うということである。これらの基本的なことを踏まえながらインターネット流行語の魅力を最大限に引き出し、楽しむことが重要である。また、適者生存の法則はインターネット流行語の世界にも通用するので、時間の経過にともない、言語の規範に則ったものは後世に伝わっていくが、言語の規範に則っていないものは、自然に淘汰されていく。このように、素早い変化と発展性に富んだ新しい分野であるだけに、今後もインターネット流行語の展開を注意深く見守っていく必要がある。

注

- 1) 微博 (Weibo, ウェイボー) は中国の大手 IT 企業シナ (新浪) が運営するミニブログサイト。Twitter と Facebook の要素を併せ持ち、中国版 Twitter ともよばれ、最も人気のあるウェブサイトの一つである。また、微信 (WeChat, ウェイシン) は中国大手 IT 企業テンセント (騰訊) が作った無料インスタントメッセージングアプリである。

- 2) 西原 (2013) による。以下同じ。ちなみに、『咬文嚼字』(yǎowén jiáozi) は、言葉の使い方をテーマにした専門雑誌である。漢字の誤りや語句の誤用に対するツッコミに定評がある。
- 3) Wikipedia 「微信」 <http://ja.wikipedia.org/wiki/>
- 4) 注 2) に同じ。
- 5) Xuanzi (2014)
- 6) 炎の和田 (2011)
- 7) KN (2014)
- 8) kotobank.jp 「流行語」 <http://kotobank.jp/word/>
- 9) 中考網「《現代漢詞典》第六版発行“蔭”字読幾声」
<http://sz.zhongkao.com/e/20120802/5019e4af06bca.shtml>
- 10) 聖品網絡「全球網絡用戶年齡段分布大比拼 中国居第二」 <http://www.shengpin.net/new174.html>
- 11) 人民中国インターネット版「Hold 住」
http://www.peoplechina.com.cn/home/second/2011-11/08/content_403910.htm
- 12) 朱 (2011)
- 13) さんむー (2014)
- 14) 同上。
- 15) ユウノ (2014)
- 16) Goo 辞書 <http://dictionary.goo.ne.jp/leaf/cj/2756/m0u/>
- 17) HSK 網「流行りのネット中国語」 <http://www.hsk-wang.net/aoyunhui/>
- 18) Three (2012)
- 19) 新華通信社「時事用語・流行語」 http://jp.xinhuanet.com/2012-05/21/c_131596483.htm
- 20) 荒川 (2014) pp. 287-288
- 21) 十分天快 (2014)
- 22) 趙 (2012) p. 139
- 23) 自治体国際化協会北京事務所 (2013) p. 1
- 24) 張 (2014)
- 25) 董 (2012) p. 10
- 26) 中商情報網「2013 年中国網民属性分析」
<http://www.askci.com/news/201401/17/1710552535530.shtml>
- 27) 王 (2014)
- 28) 姜・イリヤス (2012) p. 45
- 29) KN (2014)
- 30) 董 (2012) p. 9
- 31) 金森 (2010)
- 32) 人民網江南時報「網絡流行語“入侵”小学生作文」
<http://edu.sina.com.cn/zxx/2010-12-21/1429279613.shtml>

参考文献

- 荒川清秀 (2014) 『中国語を歩く 辞書と街角の考現学 パート 2』 東方書店。
- 于根元 (2001) 『網絡語言概説』 中国経済出版社。
- 王彦恩 (2014) 「2013 年中国 IT 網民手機上網行為調查報告」 <http://zdc.zol.com.cn/432/4320446.html>
- 馨予 (2014) 「2013 年中国網民規模達 6.18 億」 <http://chanye.07073.com/shuju/776968.html>
- 金森俊樹 (2010) 「流行語から中国社会を見る」 <http://www.dir.co.jp/library/column/100916.html>
- KN (2014) 「中国のネット流行語が英語に訳されオンライン辞典に収録」
<http://j.people.com.cn/94475/8602949.html>
- さんむー (2014) 「中国語の新語・流行語・俗語カテゴリ記事一覧」
<http://sanmu1225.blog.fc2.com/?tag=%E6%B5%81%E8%A1%8C%E8%AA%9E>
- 姜雪寧・ピラル・イリヤス (2012) 「流行語から見る中国社会の表現の変化」『長野大学紀要』第 33 巻第 2・3 号合併号。
- Xuanzi (2014) 「数字のネット流行語」
<http://lang-8.com/725378/journals/300372827735598067138630507682799262608>
- 自治体国際化協会北京事務所 (2013) 「中国におけるインターネット発展と自治体情報発信の展望」
『Clair Reprt No. 383』 www.clair.or.jp/j/forum/pub/docs/383.pdf
- 朱丹陽 (2011) 「2011 年流行語」 <http://japanese.cri.cn/1373/2011/12/29/162s185006.htm>
- 昭然 (2014) 「網絡語言」 <http://baike.baidu.com/view/47549.htm>
- Three (2012) 「ネットの流行語の言い方」 <http://bbs.sscn.jp/topic/224>
- 十分天快 (2014) 「萌萌哒」 <http://baike.baidu.com/view/13677877.htm>
- 張意軒 (2014) 「中国網民総数達 6 億多 其中手機用戶占 5 億」
<http://www.chinanews.com/gn/2014/01-17/5748792.shtml>
- 趙蔚青 (2012) 「2012 年中国の新語・流行語」 愛知大学中日大辞典編纂所『日中語彙研究』, 第 2 号。
- Dink (2013) 「2013 年第 32 次中国互聯網發展狀況統計報告網民属性数据」
<http://www.199it.com/archives/132769.html>
- 鄭遠漢 (2007) 「関于網絡語言」『華中科技大学学報』第 2 期。
- 董宇欣 (2012) 「浅議網絡流行語現狀及其發展趨勢」 天津師範大学人文学院卒業論文。
<http://doc.mbalib.com/view/f46e6228f202426c525622efd574cb9b.html>
- 西原史暁 (2013) 「2013 年の中国の一番の流行語は “中国夢”」
<http://id.fnshr.info/2013/12/23/zhongguomeng/>
- 炎の和田 (2011) 「520 ってどういう意味? 海外の面白ネット用語 (ネットスラング)」
<http://matome.naver.jp/odai/2129462622636730601>
- ユウノ (2014) 「中国語のインターネット流行語(2)」 <http://www.cclession.com/yuuno/2.html>
- 李軍 (2002) 「浅談網絡語言対現代漢語的影響」『社会科学戦線』2002 年第 6 期。
- 劉芳・謝遠林・胡婷 (2014) 「来自日本動漫的流行詞」
<http://wenku.baidu.com/view/418c242e27d3240c8547ef40.html>

ウェブサイト

ウィキペディア <http://ja.wikipedia.org>

Weblio 白水社中国語辞典 <http://cjjc.weblio.jp/>

共享辞典北辞郎 <http://www.ctrans.org/index.php>

Goo 辞書 <http://dictionary.goo.ne.jp/leaf/cj/2756/m0u/>

互動百科 <http://www.baike.com/>

人民網日本語版 <http://j.people.com.cn/home.html>

中華語文知識庫 <http://www.zhonghuayuwen.org/>

中考網 <http://sz.zhongkao.com>

中国互聯網絡信息中心 <http://www.cnnic.net.cn>

中新网 <http://www.chinanews.com>

百度百科 <http://baike.baidu.com/>

百度文庫 <http://wenku.baidu.com/list/9/>