

論文

中国語における流行語の意味的バリエーションについて

張 黎¹

On the semantic variations of Chinese catchwords

Li ZHANG¹

Abstract

With the semantic variation of catchwords after 2000 as the research object, this paper studies their structural features, semantic features, syntactic features, and their relevance with metaphors. Important findings include: 1. In terms of structural features, techniques of ellipsis, double syllables, humor etc can be found in these catchwords, and catchwords made up of neologism are in violation of structural rules and co-occurrence rules; 2. Semantic variations of the catchwords may come either from interaction with other components so as to produce new syntactic functions or by breaking the norms (such as "not knowing one's own employment"). 3. Semantic variations in catchwords can also be caused by the use of metaphors as well as word structure variation and syntactic variation.

キーワード バリエーション, 語構成的特徴, 意味的特徴, 統語的特徴, レトリック

Keywords: variation, structural features, semantic features, syntactic features, metaphors

1. はじめに

中国語の流行語に関する研究は意味解釈, 意味分類, 文化との関連に集中しているようである。しかし, 言語のバリエーションという観点からの記述は相対的に少なく, 特に文法研究の立場から流行語の意味的バリエーションを研究することはまだないようである。本稿は先行研究の記述の妥当性を検証し, 中国語における流行語の意味的バリエーションについて, 語構成的観点・意味論的観点・統語論的観点・レトリックの観点を取り入れて, その意味的バリエーションのあり方を浮き彫りにする。

以下, 2では, 先行研究の問題点を指摘し, 本稿の立場を明らかにする。3では, 流行語について新たに分類することを試み, 4では, 既成語の意味的バリエーションと流行語との関係について述べる。5では, 新語による流行語について分析し, 6では, レトリックと意味的バリエーションとの関係について分析する。7では, まとめを行う。

2. 先行研究の問題点と本稿の立場

中国語の流行語について意味的バリエーションの観点から取り組む研究は管見の限りまだないようである。これまでの研究はほとんど「拡散」の観点や文化の観点から観察されているようである。例えば, 刘大为 (1997) はメタファーの使用頻度を通じて, 拡散の有無に焦点を当てていて, いわゆる流行語の拡散の条件について次のように述べている。

“流行语为了扩散, 具有隐喻性、抽象性、含混性。”(流行語は拡散することができるように, メタファー性, 抽象性と曖昧性を持っている¹⁾。)

こうした記述は必要であり, 重要でだろう。しかし, 「拡散」の観点だけでは, 中国語における流行語の意味的バリエーションをとらえる上で充分ではないように思われる。また, 刘大为 (1997) の説明はどんなデータを根拠として使用したかについては明確に示されていない。当該研究は流行語を研究の対象として記述したもの

¹ 891-0197 鹿児島市坂之上8-34-1 鹿児島国際大学大学院国際文化研究科

The International University of Kagoshima Graduate School Intercultural Studies Doctor Program, 8-34-1 Sakanoue, Kagoshima 891-0197, Japan
2017年5月26日受付, 2017年8月25日採録

の、大量のデータに基づいて分析がなされていないので、説得力が乏しい。

一方、**辛义焜** (2010) ではいわゆる流行語をさらに三つの下位類に分けて説明を加えている。以下ではそのまま引用する。

“流行语分成专指、特指、类指三种类型，通过隐喻完成语义的扩散。”（「専門的指示性」²⁾，「特别的指示性」³⁾，「同類的指示性」⁴⁾ という三つの類型の流行語はメタファーを通じて意味の拡散を実現する。）

辛义焜 (2010) は「専門的指示性」「特别的指示性」「同類的指示性」のように三分類しているが、三者はどのように役割を分担しているかについては、全体像が示されていない。また、**辛义焜** (2010) では専門的指示性の流行語についてメタファーを通じて意味が拡散されるとされている。しかし、専門的指示性の流行語はすべての場合においてメタファーによって形成されるとは限らない。例えば、“WTO”（「世界貿易機関」）“PCP 肺炎”（「肺胞子虫の微生物によるウイルス性の肺炎」）のような固有名詞として位置づけてもよさそうな流行語は意味的バリエーションを持たないので、メタファーによるものではないと認めなければならない。また、固有名詞による流行語は意味的バリエーションが生じて、必ずしもメタファーのみによって実現するとは限らない。

(1) 傅莹大使及时在英《太阳报》上发表文章，介绍中国青年做“超女”、当“快男”现象，说明中国的进步和富裕给了年轻人更多的生活选择。《中青在线》2009年12月31日（傅莹大使は早速イギリスの「ザ・サン」で文章を発表し、中国の若者の間で「超女（スーパーガール・女性歌手選抜大会）」と「快男（ファーストマン・男性歌手選抜大会）」が人気を集めていることを引き合いにして、成長し豊かな中国が若い人により多くの選択肢を与えたことを紹介しました。）

例(1)の“超女”（「超級女声」）は固有名詞による流行語である。しかし、“超女”は中国の若者の間で人気のある女性歌手選抜大会を指すものであり、メタファーのような「二つの異なる分野の類似性を表現する」ものではないと考える。若者という一つの分野に属しているため、“做”のような動詞と共に起ることによって「特殊な現象を持って一般的な分野を代表する」というシネクドキーの意味を持つようになると考えられる⁵⁾。

このように**刘大为** (1997) **辛义焜** (2010) の研究は単

に「拡散」やメタファーの観点から意味変化を記述したに過ぎず、流行語の意味的バリエーションや文法的特徴については触れていない。つまり、**刘大为** (1997) **辛义焜** (2010) の記述は語構成的観点・意味論的観点・統語論的観点が欠けているので、次の例(2)(3)(4)(5)のような現象については、合理的に説明することができない。

- (2) 工作中，别说是成为“白骨精”了，只怕是连一般的公司员工你都做不好。（《中国新闻网》2014年03月24日）（「ホワイトカラー+中堅の人+エリート」になるどころか。平社員の任に堪えないかもしれないよ。）
- (3) 我是彻底被你的无知和软弱雷倒了。（《百度贴吧》2016年07月11日）（すっかりあなたの無知と臆病に驚かされたよ。）
- (4) 学校以及学校的主管部门迫于考核压力，不得不用“被就业”的动人数据搪塞。（《中国青年报》2009年12月29日）（学校及び学校の管轄部門は上からの審査に怯えるため、「就職データ改ざん」などして見栄えのいいデータを適当に作ってごまかすしかない。）
- (5) 唯有拿出“断舍离”的勇气，才有重建新秩序的可能。（《中青在线》2015年12月29日）（切り捨てる勇気を出してこそ、新しい秩序を再建する可能性がある。）

以上の“白骨精”（「ホワイトカラー+中堅の人+エリート」），“雷”（「驚かされてびっくりさせる」），“被就业”（「就職させられる」），“断舍离”（「必要がないものを切って、いらぬ廃棄物を捨てて、品物に対する熱中から離れる」）のような流行語の意味については、メタファーによる「拡散」の観点だけでは、それぞれの性格を十分に説明することができない。

例(2)の“白骨精”はもともとの描写的意味が活かされ新味のあるユニークな用法である。例(3)の“雷”はもともと自然現象を表す名詞である。そのような基本的意味から動詞の意味が派生し、意味的バリエーションが生じた。例(4)の“被就业”はしきたりを打ち破る意味・用法であり、例(5)の“断舍离”は元の動詞の意味を生かして、その三つの動詞の意味をメトニミーと結び付けてできた表現である。このような意味的バリエーションはいずれもそれぞれの語構成的特徴・意味的特徴・統語的特徴、及びレトリックのはたらきを生かしたものとしてみとらえられる。

先行研究に対して、本稿はバリエーションの観点を取り入れて、語構成的分析、意味論的分析、統語論的分析を行う。なお、流行語の意味的バリエーションを記述するために、方法論として「直喩・隠喩（メタファー）・換

喩（メトニミー）・提喩（シネクドキー）」といった研究方法も取り入れて考察を行う。

本稿は中国のメディアや文献など⁶⁾に収録された2000年以降に生まれたベストテンに入った流行語に焦点を当てて、2000年から2016年までの17年間の流行語を研究対象とする。

3. 流行語の分類

この節では、流行語と新語と関連付けて新たに分類することを試みる。「流行語」と「新語」はもともと異なる二つの概念であるが、ほとんど同時に言及されるので、よく同一概念として誤解されるようである。しかし、流行語と新語の関係を明確にすることは流行語の分類において欠かせはならないことである。

本稿では、2011年度流行語として収録された“忐忑”（「びくびくして心が定まらない」）のようなものについて新しい意味や派生的意味が生まれた新語ではなく、単に使用頻度が高くなったのでリストアップされたにすぎないとする。

流行語は広く流行したり、高い頻度で使用したりするのに対して、新語は流行するかどうかということが問題とされない。例えば、“hold住”（「コントロールできる」）のような表現は新しく生まれたもので使用頻度が高いので、新語であり流行語でもある。“hold住”に対して、“苹果平板电脑”（ipad）は新しく生まれたものであるにもかかわらず、使用頻度がそれほど高くないので、流行語として位置付けてはならない。つまり、新語の一部は流行語になりうるが、必ずしも全部流行語になるとは限らない。本稿は流行語と新語の関連性について、図1のように示す。

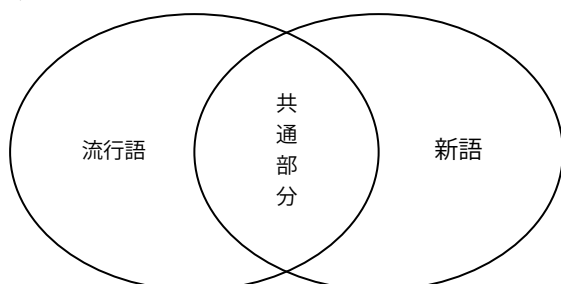


図1 流行語と新語の関連性

このように本稿は一部の新語を流行語として認める。意味的バリエーションの立場に立って考えれば、流行語はさらに「意味的バリエーションのない流行語」と「意味的バリエーションのある流行語」のように下位分類することが可能である。また、「意味的バリエーションの

ある流行語」については、「既成語」と「新語」のようにさらに二分類することが可能である。具体的に言えば、“VIP”や“忐忑”のようなものが「意味的バリエーションのない流行語」として位置付けることができ、“黑哨”や“光盘”のようなものが「意味的バリエーションのある既成語」として位置付けることができる。また、“女汉子”や“供给侧”のようなものは「意味的バリエーションのある新語」としてとらえる。本稿は流行語について表1のように分類する。

表1に示すように、意味的バリエーションのある既成語は最も数が多く、76個にのぼり、全体の44.7%を占めている。意味的バリエーションのある新語は72個であり、42.4%を占めている。意味的バリエーションのない流行語は22個であり、12.9%を占めている。意味的バリエーションのある既成語と新語は合わせて148個であり、全体の87.1%を占めている。本稿はこの148個の流行語を研究の対象とする。なお、意味的バリエーションのない流行語は研究の対象としない。

4. 既成語の意味的バリエーションと流行語との関係

既成語がどのように意味的バリエーションを実現するのかということを明らかにするために、本稿は語構成的特徴、意味的特徴、統語的特徴といった観点を取り入れて流行語の意味的バリエーションと結び付けて考える。以下、語構成的特徴、意味的特徴、統語的特徴に焦点を当てて検証する。

4.1. 語構成的特徴

表現の一部をはぶくという省略現象は中国の若者が言語表現のインパクトを追求するための手法であり、流行語を生み出す典型的なケースである。

(6) 工作中，别说是成为“白骨精”了，只怕是连一般的公司员工你都做不好。（例(2)を再掲）

第2節で言及した“白骨精”は形容詞の“白”と名詞の“骨”“精”からなっている。この三つの形態素によって構成された流行語はもともと『西遊記』に登場した妖怪のことを指す固有名詞であり、女の悪者を指し示すものとしても用いられていたが、2003年前後、“白领+骨干+精英”（「ホワイトカラー+中堅の人+エリート」）のように意味的バリエーションが生じ、ユーモアたっぷりの流行語として使われるようになった。

“白骨精”は“白领+骨干+精英”の省略としてとらえられるが、省略のほか、二音節化の傾向もみられる。

表1 流行語の下位分類

年度	意味的バリエーションのない流行語	意味的バリエーションのある流行語	
		既成語	新語
2000年度	美女作家、大学排名榜、网上选秀、PLMM		醋溜一族、韩流、网恋、大话西游、都是月亮惹的祸、哈里·波特
2001年度	本·拉登、申奥成功、WTO、flash、翠花、上酸菜、反恐、QQ	9·11、出线、入世	
2002年度	PCP 肺炎、个税	黑哨、野蛮、唐装、零距离、孔雀	小资、F4、空难
2003年度	VIP	无间、晕、白骨精	博客、无感、小私、破马张飞、第四种关系、IT一族
2004年度	FB	做人要厚道、沙发、汗/寒、潜水、顶、稀饭	百度一下、出来混，迟早要还的、弓虽
2005年度	博客7)	苏丹红、水污染	超女、禽流感、大长今、天价医药费、芙蓉姐姐、裸聊、官煤勾结
2006年度	人不能无耻到这个地步、不仅侮辱我的人格，还侮辱我的智商	相当的、素质啊，注意素质、大哥，我们不专业啊、一树/梨花/压海棠、你不是一个人	手榴弹要是一块钱六个，我先扔你一百块钱的、额滴神啊、我顶你个肺
2007年度	和谐	你太有才了、哦了、我看行、晒、平常心，平常心	史上最*、纸包子、工龄归零、正龙拍虎
2008年度	和	山寨、雷、拐点、不抛弃不放弃、不折腾	口红效应、宅男宅女、囧、非诚勿扰
2009年度		不差钱、躲猫猫、裸、纠结、秒杀、钓鱼、蜗居	低碳、被就业、蚁族
2010年度		给力、围脖、围观、二代、控、帝、达人、穿越	神马都是浮云、拼爹
2011年度	忐忑	亲、我反正信了、坑爹、气场、悲催、吐槽	伤不起、hold住、卖萌
2012年度		正能量、舌尖上、躺着也中枪、中国式、赞、最美(+身份或职业)、接地气	元芳，你怎么看?、高富帅、亚历山大
2013年度		光盘、奇葩、土豪	中国梦、点赞、微XX、大V、倒逼、逆袭、女汉子
2014年度		顶层设计、你懂的、神器	新常态、打虎拍蝇、断崖式、断舍离、失联、高大上、萌萌哒
2015年度	互联网+	宝宝、任性	获得感、创客、颜值、脑洞大开、剁手党、网红、主要看气质
2016年度		工匠精神、小目标、洪荒之力、吃瓜群众、套路、一言不合就xx	供给侧、友谊的小船、说翻就翻、葛优躺、蓝瘦，香菇
数量(個)	22	76	72
シェア(%)	12.9	44.7	42.4

他の流行語の日本語訳は、付表1・付表2を参照いただきたい。

“哦了”は二音節化の一例である。“哦了”はもともと東北方言であり、完成して終わったという意味を表すものであったが、2007年ごろから「OK」「知道了」(「了解した」)の代わりに用いられるようになった。言うまでもなく、「OK」「知道了」と比べて、洒落たりするという意味を帯びているので、インパクトが感じられる。“哦了”は単音節の“哦”の形で用いてもかまわない。しかし、“哦”の形で用いられると、完了を表す意味が浮かんでこない。

そのほか、一部の流行語は場合によって流行していく

プロセスで類似の音の形態構造を用いたり、異なる意味を表わしたりする現象が見られる。即ち、地口を使用することである。

(7)正当我们还在为如何增加围脖粉丝数而绞尽脑汁时，“七喜体”又为我们孕育了一种新的“微生物”。(《中青在线》2010年12月22日)(如何にして「围脖(ミニブログ)」のファンを増やすか悩んでいる真っ最中に、「セブンアップ体」がまた私たちのために新しい「微生物」を生み出してくれた。)

“围脖”(wéibó)はもともとマフラーの意味であるが、

2010年度、「ミニブログ」という意味を表す流行語としてリストアップされた。「微博」(wēibó) (「ミニブログ」)の語構成的特徴を利用して考案された語呂合わせの流行語である。さらに「微博」は名詞であるのに対して、「围脖」は動詞の「围」と名詞の「脖」によって構成された動詞フレーズである。

4.2. 意味特徴と統語特徴

流行語の意味的バリエーションを考える場合、それぞれの統語的特徴を見逃してはならない。例えば、「光盘」はもともとCDの意味を表し、主語や目的語として機能するのが普通であるが、21世紀に入って「皿の料理を食べ尽くす」、「売り切れる」という派生的意味が生まれ、それに伴い「動目構造」として機能するようになった。

(8)大学里, 我参与了药品回收、光盘行动、灾区物资捐献等一系列志愿行动。(《中国青年报》2013年08月24日) (大学では、薬品回収、「光盘(きれいに食べ切ろう)」活動、被災地物資の寄付など、一連のボランティア活動に参加していた。)

(9)针对国庆楼市运行特点, 广州市住建委对虚假“日光盘”炒作进行重点查处, 防止人为营造恐慌、抢购氛围。(《新华社》2016年10月05日) (国慶節の不動産市場の特徴に備えて、広州市建設委員会は恐慌を引き起こし、買い占め雰囲気づくりを避けるために、「日光盘(一日で売り切れ)」という偽りの宣伝に対して重点的な取り締まりを行った。)

構造的には例(8)における「光盘」は動詞の「光」と目的語の「盘」からなっているものであり、意味的には「きれいに食べてしまう」という意味を表すものとしてとらえられる。例(8)に対して、例(9)における「光盘」は述語として機能し、「売り切れる」という意味を表している。なぜ例(8)(9)のような意味・用法が成り立つかと言えば、原因は例(8)(9)における「光盘」の「光」はもともと「吃光」(「きれいに食べる」)「卖光」(きれいに売りさばく)のような結果補語としての意味・機能を持っていることに求められる。

また、2009年ごろから流行した「蜗居」は名詞の「蜗」と「居」からなった名詞である。「蜗」はもともとカタツムリの意味であり、「居」はもともと住処の意味である。この二つの形態素の相乗効果によって、動詞の意味が生まれ、現在若者がマイホームを購入できず、カタツムリの住処のような狭い場所にすまざるをえないという派生的意味を表すようになった。

(10)这个月她已经成功摆脱了蜗居于“老破小”的命运,

等待她的将是市值800万元的近郊洋房。(《中国青年报》2010年10月19日) (今月になって彼女は「老破小(古い・みすぼらしい・狭い)」拙宅から抜け出し、時価総額800万元の近郊の洋館に住むことになった。)

(11)康明找到他时, 他蜗居在胡同里, 家里只放得下一张双人床和两张柜子。(《中国青年报》2011年08月05日) (康明が彼を見つけ出した時、彼は路地にある、ダブルベッド1台と箆箆2棟しかない、みすぼらしい家にいた。)

(12)6岁的马振杰同妈妈挤在最宽处仅一米的“房子”里。此事一经报道, 市民均感慨这才是“最蜗居”。(《中国青年报》2014年09月08日) (6歳の馬振傑は一番広い所でも1メートルしかない「家」に、お母さんと二人で住んでいるという記事を読んだ市民は「これこそ最も『蜗居』(カタツムリの殻のような狭い家)だ」と感慨深い。)

「蜗居」は一つの動詞として認められる証拠は、それが介詞の“于”“在”などを伴い文を展開させることができることにある。例(10)(11)に示すように、介詞の“于”“在”が後続すれば、「蜗居」は動詞の意味・機能を果たすことになる。それに対して、例(12)における「蜗居」は「最」のような程度副詞の前置によって、形容詞として認めることができる。次の例(13)(14)の“雷”も同じ意味・用法を持っている。

(13)没有最重, 只有更重。(《中国青年报》2008年11月24日) (滑稽には、限度ない。)

(14)我是彻底被你的无知和软弱雷倒了。(例(3)を再掲) 例(13)の“雷”は滑稽さがために、笑いたくなるという意味を表し、例(14)の“雷”は大げさのことで驚かすという意味で使われるものである。つまり、「雷」はもともと「かみなり」という意味を表す名詞であるにもかかわらず、その意味から発展的に形容詞の意味や動詞の意味が生まれたのである。また、統語的には例(13)の“雷”は程度副詞の修飾を受けているのであり、例(14)の“雷”は他動詞として機能しているのである。

このように、既成語による流行語における意味的バリエーションは形態素の意味変化だけではなく、他の成分とのインタラクティブによって新たに生まれた統語機能のはたらきによって実現するのである。

5. 新語による流行語

既成語について考える場合、語構成的特徴、意味的特徴、統語的特徴の観点が必要である。それと同じように、

新語による流行語の意味的バリエーションについて考える場合も語構成的特徴、意味的特徴、統語的特徴を視野にいれなければならない。

5.1. 語構成的特徴

既成語の意味的バリエーションは語構成のルールを守って構成されるのと異なって、新語による流行語は語構成のルールを無視して構成されることが多い。

(15)今天感谢美佳让我体会了一把**网红**的滋味。(《中国青年报》2015年11月23日)(今日は美佳に感謝しないと。だって、「ネットアイドル」を体験させてくれたもの。)

例(15)における“**网红**”は“**网络红人**”(「インターネットで人気が高い人」)の省略である。“**网红**”は名詞の“**网**”(インターネット)と形容詞から変身した“**红**”(社会に受けている)の結合によって、構成されたものである。“**红**”はもともと形容詞であるが、“**红人**”(「人気者」)の省略として名詞的役割を担うものとして考えられる。この単語は2015年に新語による流行語として認定され、若者の間で使用されている。

2015年度のもう一つの使用頻度の高い流行語は“**颜值**”である。“**颜值**”は“**颜值高**”(きれいでかっこいい)や“**颜值爆表**”(超きれいでかっこいい)や“**颜值暴跌**”(急に顔かたちが崩れた)のような形で使うのが普通である。

(16)有的**演员**演戏**只靠颜值**，**不背台词**。(《中国青年报》2016年12月24日)(顔かたちだけを利かせ、せりふさえも覚えなという俳優がいる。)

(17)不论是**硬件**还是**颜值**上面，都达到当时**智能手机**的**巅峰**。(《中国青年报》2017年02月26日)(ハードウェアも外形も当時のスマートフォンの頂点に達している。)

“**颜值**”における“**颜**”は顔かたちのことであり、“**值**”は数値という意味である。そもそも語構成的に“**颜**”と“**值**”は無縁のようなものである。それが“**爆表**”や“**暴跌**”のような動詞フレーズと共に共起することによって、地口という表現効果を生み出している。ただし、例(17)における“**颜值**”は顔かたちを表すものとしてとらえてはならず、物体の外形を表すものとして認めなければならない。擬人法の種類として考えられる。

さらに、新語による流行語の中に文法的には不適格であるが、意味的には新鮮さが含まれるものもある。具体的に言えば、2000年以前の流行語は文法ルールを守ることが基本としている。2000年以降の流行語はそれと違って本来修飾関係として成り立ちにくいものが見られている。例えば、“**女汉子**”“**男闺蜜**”のような文法ルールを

守らない表現が堂々と登場している。この場合の“**汉子**”や“**闺蜜**”はまったくもとの意味を失っているため、意味的バリエーションとしてとらえられる。下記の例(18)における“**女汉子**”は文法的に正しくない流行語である。

(18)以后**换灯泡**得**女汉子**。(《中国青年报》2013年12月27日)(これからの電球取り替えは、「女漢子(男に負けない、男要らずの女)」の出番だ。)

(18)* 以后**换灯泡**得**男汉子**。

共起制限の観点からみれば、“**女**”と“**汉子**”はなじまない関係にある。それにもかかわらず、2013年前後、「**純粋な男の性格**」をもつ女性で、優しさと勇猛さを一身に集め、女性の外見と男性の中身を有していることを特に指す表現として流行るようになった。この言語現象を通じて、キャリアウーマンがプレッシャーを背負った辛酸と勇敢さがうかがい知ることができる。“**女汉子**”と同様に、“**男闺蜜**”(「男親友」)も語構成的に矛盾した二つの形態素からなつた流行語である。つまり、“**闺蜜**”はもともと女性の間だけで使用されるもので、“**男**”と全く相容れない関係のものであるが、共起制限のルールを無視した形で意味的バリエーションを実現したものである。

5.2. 意味特徴と統語特徴

この節では、新語による流行語の意味特徴と統語特徴を見る。“**百度**”は社名で、名詞であるが、“**百度一下**”(「百度という検索エンジンで検索する」)のような形で使えば、動詞の意味・機能を果たすことになる。

(19)想要知道是什么意思，直接**百度一下**就可以了。(《中国青年报》2015年12月13日)(何の意味か知りたいときは、直接「**百度**(中国で一番ポピュラーな検索エンジン)」検索すればいい。)

例(19)における“**百度一下**”は述語の“**百度**”と補語の“**一下**”からなつている流行語である。“**百度**”はもともと「**各種の制度**、**時間**、**何度も**」という意味を表すものであるが、そのような回数を表すものがさらに回数や程度を表す“**一下**”と共に共起した場合、元の回数の意味が消えてしまい、動詞の意味が派生することになる。このように、新語による流行語の意味的バリエーションも他の成分とのインタラクティブによって新たに生まれつた統語機能のはたらきによって実現するのである。

また、2009年ごろから流行した“**被就业**”は特徴のあるブラックユーモアである。就職できていない大学の卒業生は就職できたと勝手に計上されることを批判する表現である。つまり、大学側はいい就職率を作り出すため

に、学生が就職できたと偽ることは結局「就職させられた」ということになるのである。

(20)学校以及学校的主管部门迫于考核压力, 不得不用“被就业”的动人数据搪塞。(例(4)を再掲)

統語の観点から考えても、共起制限の観点から考えても、“就业”は“被”と無縁のものである。“被就业”はしきたりを打ち破る表現である。なぜそのようなユーモラスな流行語が生まれたかを考える場合、“被”の意味的特徴を見逃してはならない。“被”は受け身を表すマーカーであるが、新世紀に入って、そうでないのに、そうであるように宣伝するという社会現象を表現するのに用いられるようになった。つまり、“被就业”は事実と反することを言い表すものである。“被自杀”(「自殺させられた」)“被离婚”(「離婚させられた」)なども“被就业”と同じ意味特徴・統語特徴を有する流行語である。“被自杀”“被离婚”も事実と反する意味を表すものとしてとらえられる。つまり、型破りの表現によって意味的バリエーションが実現されたのである。

6. レトリックと意味的バリエーションとの関係

この節では、レトリックと意味的バリエーションとの関係について考える。具体的にメタファー、メトニミー、シネクドキーの角度から流行語とレトリックとの関係を検証する。メタファーやメトニミー、シネクドキーによる造語法は、流行語に限らず、一般語彙レベルで日常的に生じているが、これらの現象は広範囲にわたって起こっているため、意味的バリエーションの原因を考える場合も無視してはならない。しかし、流行語は一般語彙と比較してみると、共通点があれば相違点もある。共通点としては、流行語の語義生成メカニズムと一般語彙の語義生成メカニズムにかなり多くの共通点が見られる。それに対して、新語による流行語は文法ルールを無視する手法もあることを見逃してはならない。特に、レトリックなどによるインパクトを追求する傾向がある。これらの点においては流行語が一般語彙と違うと考える。

初山洋介(2009)においては、メタファーとメトニミーとシネクドキーとの関連を示され、次のように定義されている。

メタファーとは二つの事物・概念の何らかの類似性に基づいて、本来は一方の事物・概念を表す形式を用いて、他方の事物・概念を表すという比喩である。(初山 2009: 25)

メトニミーとは二つの事物の外界における隣接性、さらに広く二つの事物・概念の思考内、概念上の関連性に基づいて、本来は一方の事物・概念を表す形式を用いて、他方の事物・概念を表すという比喩である。(初山 2009: 30)

シネクドキーとは本来はより一般的な意味を持つ形式を用いて、より特殊な意味を表す。あるいは逆に、本来はより特殊な意味を持つ形式を用いて、より一般的な意味を表すという比喩である。(初山 2009: 28)

メタファー、メトニミー、シネクドキーの観点を視野に入れて考える場合、レトリックと流行語との関係を表2のように位置づけることができる。

しかし、メタファーであり、シネクドキーでもある流行語(“蚁族”)があり、メタファーであり、メトニミーでもある流行語(“高富帅”)がある。また、メトニミーに属し、シネクドキーにも属する流行語(“F4”)がある。具体的にどちらに分類すべきか、意味的バリエーションがどのように実現されるのかについては、文環境によらなければならない。

6.1. メタファーと意味的バリエーションとの関係

メタファーを伴う場合の意味的バリエーションはさらに二分することができる。それは①既成語による意味的バリエーション、②新語による意味的バリエーションである。

6.1.1. 既成語による意味的バリエーション

メタファーによる意味的バリエーションは二つの事物の類似性を通じて実現するのである。例えば、“钓鱼”はもともと「魚を釣る」という事柄を表す動詞フレーズであるが、そのような既成語がいつのまにか「おとり捜査」という事柄を表すようになり、「おとり捜査」という意味はメタファーによるバリエーションとしてとらえられる。

(21)但是, 政府为了得到更多的罚款, 却不惜钓鱼方式, 创造出更多可以罚款的违规者。(《中国青年报》2010年01月29日)(しかし、もっと罰金を得たいという役所は、「おとり捜査」という方法も敢えて利用し、もっと多くの罰金対象者を作り出した。)

メタファーの意味で使われる“钓鱼”は“钓鱼执法”(おとり捜査)のような形で使うことが多い。つまり、「魚を釣る」という表現に含まれた「巧みに誘う」という意味を生かした表現である。そのようなメタファーの手法を導入した流行語はさらに“山寨”(もともと「山中に築

表2-1 レトリックと流行語との関係

既成語の分布			
年度	メタファー	メトニミー	シネクドキー
2000年度			
2001年度	出线、入世	9·11	
2002年度	黑哨、野蛮、孔雀	唐装、零距离	
2003年度	无间、晕、白骨精		
2004年度	沙发、汗/寒、潜水、顶、稀饭	做人要厚道	
2005年度		苏丹红、水污染	
2006年度	一树/梨花/压海棠	素质啊, 注意素质、大哥, 我们不专业啊、相当的、你不是一个人	
2007年度	哦了、晒	我看行、你太有才了、平常心, 平常心	
2008年度	山寨、雷、拐点	不抛弃不放弃、不折腾	
2009年度	躲猫猫、裸、纠结、秒杀、钓鱼、蜗居	不差钱	
2010年度	给力、围脖、围观、帝、达人、穿越、控	二代	
2011年度	亲、坑爹、气场、悲催、吐槽	我反正信了	
2012年度	正能量、躺着也中枪、接地气	舌尖上、中国式、赞、最美(+身份或职业)	
2013年度	光盘、奇葩、土豪		
2014年度	顶层设计、神器	你懂的	
2015年度	宝宝、任性		
2016年度	工匠精神、洪荒之力、吃瓜群众、套路、一言不合就xx	小目标	

表2-2 レトリックと流行語との関係

新語の分布			
年度	メタファー	メトニミー	シネクドキー
2000年度		韩流、网恋、都是月亮惹的祸	醋溜一族、大话西游、哈里·波特
2001年度			
2002年度		小资、空难	F4
2003年度	破马张飞、第四种关系	无感、小私、博客	IT一族
2004年度		出来混, 迟早要还的、百度一下、弓虽	
2005年度		禽流感、裸聊、天价医药费、官煤勾结	超女、大长今、芙蓉姐姐
2006年度	手榴弹要是一块钱六个, 我先扔你一百块钱的、额滴神啊、我顶你个肺		
2007年度		史上最*、纸包子、工龄归零、正龙拍虎	
2008年度		口红效应、宅男宅女、囧、非诚勿扰	
2009年度	蚁族	低碳、被就业	
2010年度		神马都是浮云、拼爹	
2011年度		hold住、卖萌、伤不起	
2012年度	亚历山大	元芳, 你怎么看?、高富帅	
2013年度		中国梦、倒逼、逆袭、点赞、微XX、大V、女汉子	
2014年度	打虎拍蝇	新常态、失联、断崖式、断舍离、高大上、萌萌哒	
2015年度	脑洞大开、主要看气质	获得感、创客、颜值、剁手党、网红	
2016年度		供给侧、友谊的小船、说翻就翻、葛优躺、蓝瘦, 香菇	

いた砦」という意味を表すもの) もあげられる。

(22) 离虎年春节越来越近, 颇受关注的山寨春晚换了件马甲, 日前终于被放生了。(《青年商旅网》2009年12月29日) (寅年の春節に近づくに伴って, 注目を集めている「山寨春晚(模倣の春節交歓の夕べ)」は, その形式を変更したことで, やっと許されるようになった。)

例(22)の“山寨”は“山”と“寨”の2つの名詞からなった名詞であり, 「模倣の」という意味を表すものである。例(22)の“山寨”に対して, 次の例(23)の“山寨”は

動詞として機能しているので, 他人の作品やアイデアを盗用するという意味を表すものとして認めなければならない。

(23) 我们几个山寨了一番, 拼了一个八阵图。(《中青在线》2014年01月02日) (われわれは他人のアイデアを盗用して, 関係図を適当に作ってみた。)

例(23)の“山寨”は動詞であるので, “了”を伴い, 完了を表すことが可能である。また, 動詞であるために, 補語の“一番”を伴うことが可能である。このように,

“山寨”が述語として機能しうるのはメタファーの手法を借りて、既成語を生かしたからである。

6.1.2. 新語による意味的バリエーション

“蚁族”は2009年ごろから生まれた新語であり、流行語でもある。語構成の特徴を見れば、“蚁族”は名詞の“蚁”と接尾語の“族”からなっているものである。この二つの形態素によって構成される流行語は“蚁”(「アリ」)の習性を前面に出してリアリティーの意味を追求したものである。

(24)探訪蚁族新聚集地，心酸有谁知？(《中青在线》2012年08月24日) (「蚁族(大学新卒で低所得者)」の集中するところを訪ねてみたが、そのみじめさに悲しみを禁じえなかった。)

“蚁族”の根本的な意味は「大学を卒業したばかりの低所得者」を指すのだが、そのような意味の成立の原因は名詞の“蚁”と接尾語の“族”とのインタラクティブによって生まれたメタファーの意味に求められる。つまり、大学を出たばかりの若者は弱い立場に立つ階層なので、その弱さは「アリ」と共通する部分があるからである。

“蚁族”と似たような表現として、“月光族”(「まったく貯金をせず、その月の給料を全部使い果たす人」)や“啃老族”(「独立できず、親のすねをかじる若者」)や“考碗族”(「安定的な生活を求めて公務員試験を受ける人々」)なども挙げられる。

単語レベルのものではないが、使用頻度の高いフレーズレベルのものや文レベルのものもある。“主要看气质”は文レベルのものにはかならない。

(25)选择的运动项目也应有所区别，如何正确选择？主要看气质！而秋季这个季节，运动还需要小心秋凉、秋燥等带来的健康问题。(《南方日报》2016年10月14日) (運動にも適不適がある。さて、正しい選択は？「天気の状態・空気の品質で決まる」だ。肌寒くて乾燥している秋だから当然、運動するときはそれによる健康問題に注意する必要がある。)

2015年度の“主要看气质”は新しい表現スタイルであり、最初は「人物、事物の格好だけを見てはいけなく、その気質が決定的な要因だ」という意味を表したが、2016年ころから“主要看气质”のように使われ、異なる分野の「天気の状態・空気の質」を指すようになった。「天気の状態、空気の質」を表す意味はまさにメタファーによる意味的バリエーションである。

6.2. メトニミーと意味的バリエーションとの関係

メトニミーと意味的バリエーションを考える場合も既成語や新語の役割を見逃してはならない。

6.2.1. 既成語の役割

表2に示すように、“舌尖上”“中国式”“最美”“小目标”といった流行語の意味的バリエーションの実現はメトニミーを通して実現したのだと思われる。例えば、“舌尖上”はもともと「舌の先」を表すフレーズであるが、2012年ごろになると、修飾語として使われるようになり、「グルメ」という派生的意味が生まれた。

(26)去年12月初，中央出台了“八项规定”“六项禁令”，自上而下倡导厉行勤俭节约、反对铺张浪费之风，限制“舌尖上的腐败”效果显现。(《中青在线》2016年09月25日) (去年12月初めに、共産党中央による「8項規定」「6項禁令」の発令は、勤儉節約励行・贅沢反対につながって、「舌尖上的腐敗(公費で豪華な宴会をやるという官僚不正)」不正行為をした公務員の振る舞いを制限する効果が現れてきた。)

例(26)の“舌尖上”は連体修飾語として用いられている。コーパスを調べた結果、連体修飾語以外の用法がみられなかった。“舌尖上”は“舌头尖上”のようになっていることも可能である。“舌尖上的腐敗”は舌先とグルメとの関連性を生かし、「グルメを求めて不正行為をする公務員の振る舞い」を描き出す表現である。また、“中国式”も既成語のメトニミーによる派生的意味としてとらえられる。

(27)中国式过马路，是人们对部分中国人集体闯红灯现象的一种调侃。(《中青在线》2014年09月30日) (中国式道路横断法は人々が一部の中国人の信号無視という現象に対してからかうことである。)

例(27)における“中国式”はもともと《中国式离婚》という小説のタイトルであるが、2012年ころから流行語として中国式のマナーを表すようになった。この表現もメトニミーによって、意味的バリエーションを実現した流行語として認められる。

6.2.2. 新語の役割

以下では、メトニミーと新語の意味的バリエーションの関わり合いをみる。“高富帅”(「背が高く、金持ち、カッコいい男」)は2012年度の新語であり、流行語でもある。三つの形態素はいずれももともと形容詞である。“高富帅”は流行語として成り立つのは、この三つの形態素の結合によって意味的バリエーションが生じたからである。

(28)徐峥这样评价自己在戏中的形象：“我跟宝强往一块一站，我立马就变成高富帅了”。(《中国青年报》2012年12月14日) (劇の中で自分のイメージを評価する徐峥は「俺は宝強と一緒にいると、すぐさま「高富帅(背が高い・給料が高い・顔がかっこいい)」に様変わりするよ」と冗談を言う。)

“高富帅”のメトニミーの意味は形容詞の“高”“富”“帅”に含まれた「背が高い」「金持ち」「かっこいい」の意味と関係がある。“高富帅”は「成功者」「ずば抜けて優れた人物」を指すものとして使用されているので、それに伴い、“高富帅汽车”(「きれいで豪華な車’)“高富帅专业”(「エリート分野’)“高富帅股票”(「良質な株’)といった表現も現れている。また、第2節で言及した例(5)の“断舍离”は“高富帅”と同様な語構成的特徴を有するものである。

6.3. シネクドキーと意味的バリエーションとの関係

流行語の意味的バリエーションとシネクドキーとの関係も指摘しておかなければならない。例えば、“芙蓉姐姐”(「芙蓉姉’)は固有名詞であるが、その意味的バリエーションの実現はシネクドキーによるものである。

(29)这张照片修饰的不到位，导致有芙蓉姐姐的风韵。(《中国青年报》2010年10月12日) (この写真はうまく加工されていないので、「芙蓉姉さん」と誤解されそうです。)

例(29)における“芙蓉姐姐”はそのまま日本語に訳せば、「芙蓉姉さん」のようになるが、それが“有……的风韵”(「あでやかさがある’)のようなものと共起することによって、シネクドキーの意味が生まれ、自信過剰の女性を指すことが可能になる。まさに「特殊な意味を持つ形式を用いて、一般的な意味を表す」ものである。インターネットはバーチャルな空間であるゆえ、“芙蓉姐姐”のような現象は増えている。それによって、“芙蓉姐姐”という表現が流行語になったと考えられる。また、第2節で言及した2005年度の“超女”もシネクドキーを通じて意味的バリエーションを実現したものである。それも他の要素と共起して、はじめて意味的バリエーションが可能になるのである。

(30)傅莹大使及时在英《太阳报》上发表文章，介绍中国青年做“超女”、当“快男”现象，说明中国的进步和富裕给了年轻人更多的生活选择。(例(1)を再掲)

例(30)における“超女”“快男”は単独ではシネクドキーの意味を実現することができない。“做”“当”(「～

になる’)のような動詞を受けて、はじめてシネクドキーの意味が生まれ、意味的バリエーションが可能となるのである。

7. まとめ

以上、先行研究に対して、2000年以降の流行語の意味的バリエーションに焦点を当てて、語構成的特徴・意味的特徴・統語的特徴、及びレトリックとの関連について述べた。意味論・統語論・レトリックといった観点を取り入れて総合的に検証した点は先行研究を超えた部分である。分析の結果を改めてまとめると、次のようになる。

- ①語構成的特徴には省略、二音節化と地口という手法が多くみられる。また新語による流行語の場合は語構成のルールや共起制限のルールを無視した構造スタイルが多くみられる。
- ②流行語の意味的バリエーションは他の成分とのインタラクティブによって新たに生まれた統語機能のはたきによって実現することがあり、“被就业”のようにしきたりを打ち破ることによって実現することもある。
- ③語構成的バリエーション・統語的バリエーションのほかに、レトリックを通じて意味的バリエーションを実現することもある。流行語は言語表現のひとつの枠組みとして、一般語彙の語義生成メカニズムと同じパターンによって、語義を生成するが、新語による流行語は文法ルールを無視する手法が多用されて、レトリックなどによるインパクトを追求する傾向がある。

注

- 1) 以下すべての翻訳は筆者が責任を負うものである。
- 2) 辛仪焯(2010)でいう「専門指示性」はどんな場合でも個別な対象しか指示しないということである。即ち、固有名詞のことである。詳しくは辛仪焯(2010:36)を参照されたい。
- 3) 辛仪焯(2010)でいう「特別指示性」は特定あるいは不特定の対象を指示するということである。詳しくは辛仪焯(2010:36)を参照されたい。
- 4) 辛仪焯(2010)でいう「同類指示性」はある具体的な個体ではなく、共通点を持つものを一つの範囲として定め、その内の一つを抽出して表現することである。詳しくは辛仪焯(2010:39)を参照されたい。
- 5) メタファー・シネクドキーについての詳しい定義は6節を参照されたい。
- 6) 2000年から2007年までベストテンに入った流行語は中国の

付表1 中国語における流行語の日本語訳(2000年度～2008年度)

年度	意味的バリエーションのある流行語	
	中国語	日本語訳
2000年度	①醋溜一族、②韩流、③网恋、④大话西游、⑤都是月亮惹的祸、⑥哈里·波特	①ファッションが好きだが、雰囲気的にはファッションになじまない人間の喩え。②韓流ブーム。③メール友のこと。④『大话西游』という映画のキャッチフレーズを話題にする表現。⑤元々テレビドラマのタイトルであるが、責任の転嫁を表す表現となっている。⑥『哈里·波特』という映画の主人公。
2001年度	①9·11、②出线、③入世	①2001年9月11日アメリカのテロ事件。②予選を勝ち抜く。③WTOに加盟する。
2002年度	①黑哨、②野蛮、③唐装、④零距离、⑤孔雀、⑥小资、⑦F4、⑧空难	①暗いホイッスル。②元々はマイナス表現だったが、“野蛮女友”のような形で用いられる場合、プラスのイメージを伴う。③チャイナ服を着る事情。④親密な接触。⑤自意識過剰。⑥ムードやセンスなどを追求する人。⑦『流星花園』というテレビドラマの四つの主人公。⑧飛行機事故。
2003年度	①无间、②晕、③白骨精、④博客、⑤无感、⑥小私、⑦破马张飞、⑧第四种关系、⑨IT一族	①わきまえない。②あきれてどうしようもないことの喩え。③ホワイトカラー+中堅の人+エリート。④ブログ。⑤理解も意見もない。⑥プライベート、⑦狂暴で凶悪な振る舞い。⑧夫婦関係、親子関係、兄弟関係につぐ、四番目の関係、クラスメートを指すことが多い。⑨インターネットの仕事にたずさわる人。
2004年度	①做人要厚道、②沙发、③汗/寒、④潜水、⑤顶、⑥稀饭、⑦百度一下、⑧出来混、迟早要还的、⑨弓虽	①温厚な人であるようにと進める場合に使う表現。②インターネットのフォーラムで最も早く返事する人。③驚いたことの洒落た表現。④twitterでコメントのみ見るが、リプライしない。⑤協力して賛美する。⑥好きだ。⑦百度という検索エンジンで検索する。⑧因果応報のこと。⑨“強”という文字をばらして使う洒落た表現。
2005年度	①苏丹红、②水污染、③超女、④禽流感、⑤大长今、⑥天价医药费、⑦芙蓉姐姐、⑧裸聊、⑨官煤勾结	①食品添加物の乱用事件の喩え。②水汚染のこと、“防治水污染”のような形で使うのが普通である。③スーパーガール。④鳥インフルエンザ。⑤『大長今』という韓国のテレビドラマの中心人物。⑥法外の高額な医療費事件。⑦自信過剰の女性。⑧インターネットで裸になってチャットする。⑨官僚と石炭商人が結託すること。
2006年度	①相当的、②素质啊，注意素质、③大哥，我们不专业啊、④一树/梨花/压海棠、⑤你不是一个人、⑥手榴弹要是一块钱六个，我先扔你一百块钱的、⑦额滴神啊、⑧我顶你个肺	①程度が程度が非常に高いことを言い表す場合の副詞。②自分の振る舞いに気をつけよう。③また失敗した場合に「なさない」という気持ちをこめた表現。④お年寄りが若い嫁さんをもらうことの譬え⑤応援している用という意味を表す表現。⑥非常に怒った場合の比喩的表現。⑦oh, my god。⑧支持する。
2007年度	①你太有才了、②哦了、③我看行、④晒、⑤平常心，平常心、⑥史上最*、⑦纸包子、⑧工龄归零、⑨正龙拍虎	①頭いい、本当に感心し、驚いて賛美する。②OK、了解した。③深く十分に考えをめぐらして、肯定な見方をする。④自分のものををさらけ出して見せる。⑤どんな時でも普段と変わらない心や揺れ動くことのない心理状態を持つ。⑥歴史最高。⑦「ダンボールを肉に入れて肉まんを作って販売する」という事件を通じて偽物を指す。⑧ある会社は社員を解雇し、社員の在職年数を消させる。⑨「周正龍は虎の写真を撮る」という事件を通じて偽物を指す。
2008年度	①山寨、②雷、③拐点、④不抛弃不放弃、⑤不折腾、⑥口红效应、⑦宅男宅女、⑧囧、⑨非诚勿扰	①パクリ商品。②びっくりさせて驚かす。③ターニング・ポイント。④見捨てることをせず、放棄せず。⑤無茶なことをせず。⑥金融危機に遭っても、口紅という廉価品は人気がある。⑦外に出ていなく、付き合いが好きではない男女。⑧きまりが悪いくて困る。⑨『非诚勿扰』という映画から流行してきた言葉。

付表2 中国語における流行語の日本語訳(2009年度～2016年度)

年度	意味的パリエーションのある流行語	
	中国語	日本語訳
2009年度	①不差钱、②躲猫猫、③裸、④纠结、⑤秒杀、⑥钓鱼、⑦蜗居、⑧低碳、⑨被就业、⑩蚁族	①金持ち。②事実を隠す。③物や条件を付け加えない。④安心できなくて、心が決まらなくて、戸惑ってつらい思う。⑤タイムセール。⑥おとり捜査。⑦若者がマイホームを購入できず、カタツムリの家に住んでいる。⑧二酸化炭素削減を目指す生活。⑨就職できていない大学の卒業生は就職できたこと勝手に計上されることを指す表現。⑩大学を卒業したばかりの低所得者。
2010年度	①给力、②围脖、③围观、④二代、⑤控、⑥帝、⑦达人、⑧穿越、⑨神马都是浮云、⑩拼爹	①肯定して賛美する。②ミニブログ。③重大な注意を払って関心を持つ。④二世代あるいは第二代目。⑤とてもあるものが好きな人。⑥ある分野で造詣が深く業績がある人。⑦その物事についてよく知っている人。⑧タイムスリップ。⑨何も気にすることはない。⑩お父さんの身分と実力を競い、社会の不良な現象を指す。
2011年度	①亲、②我反正信了、③坑爹、④气场、⑤悲催、⑥吐槽、⑦伤不起、⑧hold住、⑨卖萌	①ハニー。②もう信じたが、曖昧な意味を表す。③実生活で誰かに騙されたときに、自分の感情を吐き出す一言。④オーラ。⑤「泣きたいほど悲惨」という意味で、思い通りにならない時や失敗した時や傷ついた時などに使われる。⑥互いにへ理屈を並べて言い争い、文句を言う。あるいは言いたいことを思う存分言う。⑦うけいれられない。⑧コントロールできる。⑨工夫して萌を演出する。
2012年度	①正能量、②舌尖上、③躺着也中枪、④中国式、⑤赞、⑥最美(+身份或职业)、⑦接地气、⑧元芳,你怎么看?、⑨高富帅、⑩亚历山大	①プラスになる言動、積極的な人や態度や事を指す。②舌尖の上で事物を修飾する。③不名誉なことをするというマイナス意味を指す。④「中国式」で中国の社会問題を反映する。⑤ほめる。支持して賛美する。⑥一番美しい+身分。⑦実生活に触れる。⑧元芳, どう考えるか。⑨背が高く、金持ち、カッコいい男。⑩プレッシャーが大きすぎる。
2013年度	①光盘、②奇葩、③土豪、④中国梦、⑤点赞、⑥微XX、⑦大V、⑧倒逼、⑨逆袭、⑩女汉子	①皿の料理を食べ尽くし、売り切れる。②普通の人には理解できなく、目を見張り、閉口することの譬え。③身分・地位・文化的素質低く、品位が高くなく、きわめて裕福で非常に富をひけらかす者もいる。④チャイニーズドリーム。⑤支持して賛美する。⑥小、細、軽、少、弱などを指す。⑦微と対応しマイクロブログで十分に活発で、50万人を超えるファンを持つ公人を指す。⑧「ボトムアップ」「流れから源に遡る」「結果から原因を問う」などの行為。⑨逆境の中で反撃し成功すること。⑩「純粋な男の性格」をもつ女性。
2014年度	①顶层设计、②你懂的、③神器、④新常态、⑤打虎拍蝇、⑥断崖式、⑦断舍离、⑧失联、⑨高大上、⑩萌萌哒	①政府の「整体性・全面性・長期性」という戦略的な定位を指す。②知っているでしょう。曖昧な意味を表す。③非常に不思議な効果を持つ品物。④新常态。⑤金額にかかわらず汚職を撲滅することの譬え。⑥大きくて激しい下げ幅。⑦必要がないものを捨てて、いらぬ廃棄物を捨てて、品物に対する熱中から離れる。⑧連絡を失う。⑨上品+立派+上の等級。⑩萌え～。
2015年度	①宝宝、②任性、③获得感、④创客、⑤颜值、⑥脑洞大开、⑦剁手党、⑧网红、⑨主要看气质	①私。②自由、無邪気。③获得感。④イノベーション理念と自主起業を持つ人。⑤顔かたち。⑥奇想天外。⑦インターネットでショッピングすることにおける人。⑧インターネットで人気が高い人。⑨「人物、事物の格好だけを見てはいけなく、その気質が決定的な要因だ」という意味を表すれば、「天気の状態・空気の品質」も指す。
2016年度	①工匠精神、②小目标、③洪荒之力、④吃瓜群众、⑤套路、⑥一言不合就xx、⑦供给侧、⑧友谊的小船,说翻就翻、⑨葛优躺、⑩蓝瘦,香菇	①立派な上にもいっそう立派にし、完璧を追求する精神を指す。②普通の人は達成しがたい「大きな目標は」を指す。③混沌たる力。④ネットワークでやじ馬見物をする人。⑤ベテンや陥穽を設ける。⑥わがままな意味を表す。⑦提供する。⑧仲間にはいつまでも仲間割れの可能性がある。⑨「葛优」という中国の俳優がテレビドラマで横になった姿に基づいて、退廃的な生活態度を表す。⑩悲しくて泣きたい。

メディアで収集され、2008年から2016年までベストテンに入った流行語は中国の《咬文嚼字》で収集された。

- 7) “**博客**”は最初2003年度の流行語としてリストアップされたが、2005年度にはもう一度リストアップされたので、既成語として分類した。

文献

- 陈宝勤 (2011). 『汉语词汇的生成与演化』北京：商务印刷出版社.
- 陈善敏・王崇义 (2008). 「提喻的认知研究」『外国语言文学』: 153-158.
- 符淮青 (2012). 『汉语词汇学史』北京：外语教学与研究出版社.
- 郭熙 (2004). 『中国社会语言学』浙江：浙江大学出版社.
- 侯敏・杨尔弘 (2012). 『2011汉语新词语』北京：商务印书馆.
- 侯敏・邹煜 (2014). 『2013汉语新词语』北京：商务印书馆.
- 李明洁 (2009). 「从语录流行语到词语流行语」『修辞学习』: 70-78.
- 刘大为 (1997). 「流行语的隐喻性语义泛化」『汉语学习』总第100期：33-37.
- 初山洋介 (2009). 『日本語表現で学ぶ入門からの認知言語学』東京：研究社.
- 森田良行 (1991). 『語彙とその意味』東京：株式会社アルク.
- 石黒圭 (2016). 『日本語は「空気」が決める』東京：光文社.
- 束定芳 (2011). 『隐喻与转喻研究』上海：上海外语教育出版社.
- 唐孝威・黄华新 (2011). 『语言与认知研究』北京：社会科学文献出版社.
- 王寅 (2014). 『指称之争新解读：转喻论』北京：外语教学与研究.
- 辛仪焯 (2010). 「流行语的扩散」『当代修辞学』: 33-49.
- 徐朝暉 (2013). 『当代流行语研究』广州：暨南大学出版社.
- 周光庆 (2012). 『汉语词汇认知·文化机制研究』北京：商务印刷出版社.