流行語が関連する分野の変化とその要因

諏訪司　23B11690
東京工業大学工学院

1. はじめに

近年の新語・流行語大賞は聞きなじみが薄い言葉が多いように感じる。『流行語が関連する分野に変化が生じているのではないか』という問いの下、流行語の関連分野を分析しその変化を考察する。

2. 方法

①国立国会図書館リサーチを用いて、流行語大賞に選出された資料の中から、流行語をキーワードに持つ図書を検索する。
②該当図書の日本十進分類法を記録する。
③記録から分類の頻度を求め、年代ごとの変化を考察する。

3. 結果

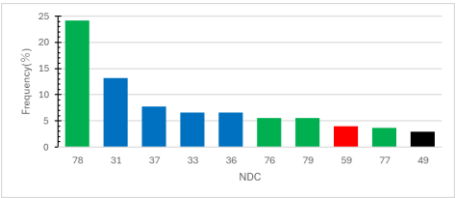

図1：2000年流行語の分類頻度

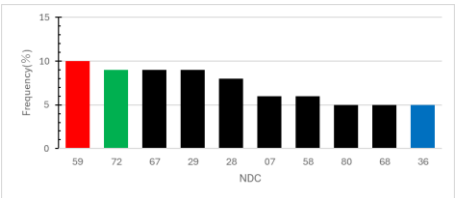

図2：2010年流行語の分類頻度

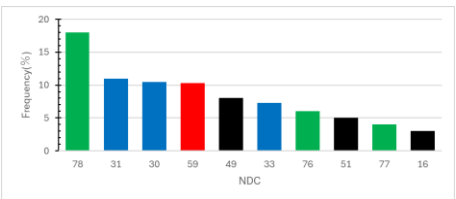

図3：2022年流行語の分類頻度

3類（社会科学）、7類（芸術．美術）の割合が多く、その傾向は一定している。
59（家政学．生活科学）は増加傾向にある。

4. 考察

・3類（社会科学）からは31（政治）や36（社会）の分野が、7類（芸術，美術）からは78（スポーツ．体育）の分野の割合が高い。このことから、政治や社会情勢と、スポーツの分野が流行語を継続して生み出していると考えられる。
・59（生活科学）分野が2010年代からみられるようになった理由として、インターネットの普及により私生活の共有が盛んにおこなわれるようになったことで、『食べるラー油』（2010年トップテン）、『スマホショルダー』（2022年トップテン）などといった、人々の私生活に身近な言葉が流行語となってきたと予想される。とりわけSNSは流行の中心となり、『インスタ映え』（2017年大賞）などサービスそのものが流行語として上がるのみならず、『保育園落ちた日本死ね』（2016年トップテン）といった、SNSが期限の単語も大きな影響を及ぼしてるといえる。
・流行のきっかけにもインターネットの普及は影響している。西田(2019)は、「政治の言葉」がインターネットによって非言語情報を含むイメージ全般に拡大したと述べている。『風評被害』（2011年トップテン）、『アベ政治を許さない』（2015年トップテン）といった、言葉が指定する範囲が広い単語が選出される機会が増加している。

5. おわりに

『流行語が関連する分野に変化が生じているのではないか』という問いの下、流行語と関連する分野を日本十進分類法を用いて解析した。その結果、インターネットやSNSの普及により、生活に関係する分野においての言葉が流行語として台頭していた。また、既存分野においてもインターネット上での流行から定着したものが存在した。以上より、インターネットの普及が流行語の分野に変化を及ぼしていると結論付けることができた。

文献：
西田亮介　（2019）「言葉」で読み解く平成現代史　千倉書房.