

〜〜 日本語 ハツ当たり 〜

昭和時代の日本では庶民一般にも日本語の文章に対する規範と愛着が行き渡っていたのであろう、所謂「文章読本」の類の出版が隆盛で、そのような著作が庶民一般にも浸透していたらしい。

古くは谷崎潤一郎、川端康成、三島由紀夫、中村真一郎、吉行淳之介などの著作もあり、近年では丸谷オ一、井上ひさし、などの類書もある。

これらは文章を専門とする小説家の著作であるから、それなりに姿勢を正して読むべき本であろうが、寝転がってノウテンキにパラパラと捲れる本もある。そのような本が下記の本であった。

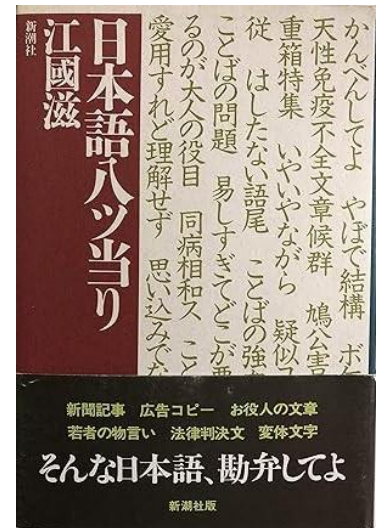
たまたま或る蔵書を探していて、本棚の奥で埃に塗れていた本が目についたので引っ張り出してみたのが江國滋著『日本語ハツ当たり』であった。この本は、新潮社の月刊図書情報誌「波」に昭和61年から平成元年迄連載されたエッセイを纏めた本であり、当時流行っていた流行語・新造語・珍奇な語法を俎上に載せて、その低級さ、下劣さへのハツ当たりを記したエッセイであり、面白く読んだ記憶が蘇って来た。

槍玉に挙げられたその例は、例えば当時流行った若者言葉の“するすることば”を例にとりて、さる高名な30歳前くらいの人気女優が「クラスメートの殆どが結婚して子供もでき、みーんなオバサンしてるわけ。オバサンしちゃちゃだめよねえ」と喋ったり、「青春する」、「不倫する」、「オジさんする」、「主婦する」、「お茶する」、などという気色の悪い語法を未だ年端も行かないギャルが好んで使ったりすることなどの日本語の乱れにハツ当たりをしているのであり、返す刀で、広告代理店やコピーライターという言葉のチンピラ・ヤクザ共の手に成る「東京ディズニーランドでJCBしよう」（某クレジット会社のコマーシャル）や「こういう旅行をして、ちょっと風流してみるのが、おしゃれだなあ」（JR新幹線のコマーシャル）などという下司な宣伝文句を斬りまくっている。拍手喝采、全く同感の至りである。

この本で槍玉に上がっているのは当時の流行語・新造語・珍奇な語法などの乱れた言葉の世相を俎上に挙げたものだが、半世紀近く経った今読んでみてもその中身は非常に新鮮である。切り口はシャープであるが、それを洒脱な文章で表現しているところがこれまたニクイ。

この拙駄文コラム「つれづれ通信」でも、『バーチャル世相に物申す』や『不便のススメ、年寄りのヒガミ』などで、近年の“情報化社会”の中でのアタマの使い方の悪例やそれを支えているスマホなどのバーチャルIT技術の弊害を槍玉に挙げてきた。

その一例が、子供の頃からの入学試験勉強のやり方から始まって社会に出てからの問題解決方法への対応まで、自分の頭で考えるのではなく、情報の海に転がっている膨大な情報（ガラクタの知識情報）を如何に大量に自分のアタマに集積して、それらの寄せ集めのガラクタを繋ぎ合わせて、求める解答文が瞬時に出来来るようなAIアプリ（人口知能）と大容量&超高速のコンピュータに我がアタマを改造することに汲々としている人種（謂わばウォーキング・ディクショナリー）をエリートと称する世相を切ったことがあるが、そのような大それたことでなくても欲しい解が瞬時に得られるスマホの普及が流行語・新造語・珍奇な語法などの日本語の乱れを助長していることは言う迄もなからう。たまに電車に乗れば、若いも若きも男も女も皆さん能面のような無気力な顔をしてスマホ画面に忙しく指を這わせ



ている様子は、いずれ日本もスマホで亡国となることを彷彿とさせる風景である。

流行語・新造語が当時の世相を鮮やかに浮き彫りにした例は幾つもあるし、流行語・新造語が全て悪いというのではないが、マ、概観してみるにメディア関係者が流行らせたこの種の言葉はほぼ 100% が下品で格調も無いダジャレ以下としか言いようがないシロモノではなかろうか。

そういえば、かなり前のことになるが、長嶋茂雄がTVのコマーシャルで「セコムしてますか」というのがあったが、これも誠に下劣で気持ち悪いものであった。斯様な例は他にゴマンとあるが、それらをいちいちあげつらっていると、当方の頭もおかしくなってくるのでこの辺で止めて、先日のJR 電車の中で見た「ジョブカンしょ」という吊り広告が目障りであったことを記して筆を擱きたい。

ジョブカンというのが何を指しているのか存じ上げないが、このカタカナ文字のニュアンスはどこかのIT会社か何かの製品名のような臭いがするが、いずれにしても下劣低級なキャッチコピーとしか言いようがない。「ゴウカンしよう」というのなら、こちらは正しい日本語の用法であるが・・・。

2024/08/15 記 (本項 完)