

第一章 緒論

第一節 研究動機

筆者平日任教於日文補習班，班上的學生不乏國高中生及大學生等年輕族群。常可聽見他們很自然地使用一些日語外來詞彙，或是會有學生拿著在台灣正開始流行的日文用語，向我詢問其意義。可見這些轉借自日文的流行詞，無論是透過翻譯，或未經翻譯而直接借用，已隨著哈日風潮根深蒂固於台灣人的日常流行用語中。

由於意識到台灣社會中大量使用這類「日語外來詞」，有時候甚至已經到了「濫用」的地步，常常令筆者啼笑皆非。另外，還有許多日文詞彙則已來到台灣早有一段時日，經過廣泛、頻繁地使用之後，逐步轉變或衍生成符合中文詞法規則的新詞彙。我們往往漫不經心地使用這些詞語，早已忘記甚或根本不知道這些詞彙是源自於日語。上述有趣的現象及親身的體驗，引發筆者研究這些日語流行新詞的動機。

哈日風潮在台灣行之有年，而「哈日族」一詞首度出現於哈日幸子在 1996 年出版的《早安！日本（1）》¹一書中。這股哈日現象反映於台灣人的外表打扮上，導致滿街的年輕人崇尚並模仿日本人的流行服飾、配件、化妝；而反映在日常生活中時，打開電視可發現各式各樣為了滿足哈日族胃口的日本節目，如日劇、卡通、綜藝節目等，可說不勝枚舉；反映在飲食生活中時，除了大量的日本料理餐廳之外，只要掛上「日式」或「和風」的食物，不管其味道口感是否道地，無不大受歡迎。其實，筆者自己從大學時代開始接觸日文以來，在學習日文的同時，大量吸收日本文化及流行資

¹ 哈日杏子，本名陳桂杏，台灣的女性漫畫家兼旅遊流行散文作家。在出道作品《早安！！日本（1）》中用四格漫畫首創了哈日一詞，並介紹了哈日族去日本留學的趣事。承認自己是重度的哈日族。

訊之下，也漸漸變成了一個不折不扣的重度哈日族。

近年來，隨著韓劇在台灣竄紅，哈韓風潮也已滲透台灣各角落，但是哈日風潮的氣勢卻沒有因此而受到影響。這是因為哈日現象早已在台灣落地生根了。除了上述哈日行為外，有許多日文詞彙也開始大量地出現在我們的日常生活中。如街道上的店面招牌常會直接使用「の」、「しゃぶしゃぶ」²、「パチンコ」³，電視新聞報導常提到的「宅男・宅女」⁴、「KUSO」⁵等，以及日本動漫迷最熟悉不過的「正太」、「蘿莉」、「～控」⁶等。上述詞彙用語其實皆源自日本，儘管很多人從字面無法解讀其正確意涵，甚至根本不知道該詞彙源自日文，但這些詞彙在台灣年輕人之間早已成為生活中的流行用語，甚至也頻繁地出現於各種電子媒體、報章雜誌。

身為哈日族一員的筆者既然進入翻譯學研究所求學，為了結合自己的興趣、體驗及研究，故擬將日文外來新詞在台灣流行現象做為碩士論文題目，藉由探討這些詞彙在台灣的演變、孳生與融入情況，期望本研究能對日文流行新詞的翻譯及其相關課題小有貢獻。

² shabushabu，日本的涮肉片火鍋。

³ pachinko，台灣譯為「柏青哥」，電動玩具店。將鋼珠彈入有孔和針的盤中，若落入特定孔中時，會得到許多小鋼珠的遊戲。

⁴ 源自日文的「御宅」(otaku)，日文原意指對特定領域有研究的人，中文借用後演變成不善與外人相處、整天待在家中，生活圈只有自己的人。

⁵ 源自日文「くそ」一詞。據說從日本的電動遊戲界傳入，在台灣 BBS 網路上掀起一股特殊文化熱潮。意指「惡搞」、「搞笑」。

⁶ 「正太」一詞源自日本漫畫大師橫山光輝的名作《鐵人 28 號》中主角「金田正太郎」，指少年或男孩。「蘿莉」指年紀小的女孩，該詞雖來自弗拉基米爾·納博可夫的小說《洛麗塔》，但日本人借其創造出和製英語「ロリコン」(rorikon，蘿莉控)。而「～控」是“complex”的簡稱，意指「～情結」。因此，「正太控」及「蘿莉控」就是指對少男或小女孩抱有強烈喜愛的人。

第二節 研究目的與方法

本論文擬探討時下台灣常見的來自日語外來詞之流行用語。筆者從新聞報紙中實際蒐集語料作為探討對象，除了追本溯源探究日語外來詞在原文中的形態及意義外，並探討這些詞彙借用到台灣之後，在語意內涵、型態、語用上是否產生轉化，或衍生出其他意涵及用法。藉此整理出什麼樣的新詞來到台灣會被大眾接受，並在廣泛使用後落地生根，融入本地成為我們的日常用語；而哪些新詞只是曇花一現便迅速消失，也試著思索這類新詞無法正式進入譯語的原因。

另外，在外來新詞方面，雖然已有前人做過相關研究，如湯廷池（1989）、稻垣吾彥（1999）、呂昭慧（1999）、王敏東與陳錦怡（2005）、楊承淑（2009）等人，但是對於日文外來新詞的衍生現象，尚未有人做過完整深入的探討。針對前人未涉及的部分，期望藉由本論文能夠獲得補足。筆者將以台灣三大報⁷的半年份報導為語料，再加上大學生的問卷語料，及利用網際網路來檢索例句等方式，實際探討日文外來新詞在衍生過程中，是根據何種演變、衍生規則而逐漸在譯語中取得一席之地，藉此整理並描述日語外來新詞的翻譯規則。

接著，本論文也將對台灣及日本流行詞的定義加以說明。在教育部《重編國語辭典修訂本》中，對「流行語」的解釋是「某一時間內盛行某地或某階層的語言」。而日本『大辭林』辭典中的「流行語」定義為「ある一時期に興味をもたれ、多くの人々によつて盛んに使用される単語や句。」（筆者譯：某一時期引起大眾興趣，並為許多人廣泛使用的詞彙或詞組）。在日本，每年甚至會舉辦「新語・流行語大賞」⁸，公布該年度最受關注的詞彙用語排行。但是流行詞的宿命，似乎就是當不再流行時，其中

⁷本論文將以 2008 年 7~12 月之間，中國時報、自由時報及聯合報的流行新詞為研究語料。

⁸ 從當年度內產生的用語中，選出能夠反映社會現象，並廣為大眾所知的辭彙，頒發獎項予該用語相關之個人或團體。

有許多詞往往一兩年後就已銷聲匿跡了。

有鑑於台灣時下流行用詞中常見到轉借自日文的詞彙，本論文擬針對此一現象進行探討。筆者將從語言學的角度出發，先分別定義新詞、外來詞、流行詞之意義及內涵。透過比較、梳理中日語的前人文獻，為本論文將探討的日文外來流行新詞，整理出一個具條理性且又明確的定義。

在研究語料方面，為求客觀基準，筆者首先利用跟著流行脈動的報紙做為觀察的對象，參考前人文獻、報章雜誌等各類媒體的詞彙，做為檢索報紙語料時搜尋的關鍵字。從 2008 年 7 月至 12 月，筆者針對中國時報、聯合報、自由時報三大報社的電子報新聞內容，逐一檢索每天來自日文的外來新詞，檢索這些語料時將不預設類別，所以無論是飲食、娛樂、生活、社會現象等詞語，將全部列入檢索範圍。檢索結果經分門別類之後，再把其中筆數較多的詞彙納入論文正式討論。

而對於報紙上出現次數較少的語料，筆者會再利用 Google 搜尋引擎進行檢索，確認其流行程度或使用範圍。如果檢索結果筆數仍少，代表該詞還未廣受接納，故不列入流行詞中討論。反之，Google 筆數很多時⁹，代表只是因為報紙及網際網路的不同媒體而影響使用程度多寡。因此，筆者不會把這樣的詞彙剔除在討論範圍之外。例如，「新發賣」¹⁰這個詞彙在三家報紙中出現的次數總和雖只有個位數，但是利用 Google 搜尋得到的筆數卻是 722 萬筆之多。同樣情形的日文外來詞彙不少，這些詞彙也將納入研究範圍。

另外，在蒐集語料的時候，為了能夠看出新詞的變化過程，無論該詞是借音詞（如「卡哇伊」）或借形詞（如「達人」），將不偏重某一領域，而是全部一併蒐集。最後

⁹ 本論文以 Google 筆數 50 萬筆以上作為篩選之門檻。

¹⁰ 意指該物品「新上市」之意。

才能從語料中分析、探討什麼樣的新詞會進入台灣社會中並獲得認同。

而爲了提高本論文語料的客觀性及可信度，筆者也將以國內日文系大學生爲對象，進行實際的問卷調查，詢問大學生心目中有哪些日文外來流行新詞。再將其統計的結果與前人文獻中出現的語料、筆者的報紙語料比對、統整，找出三者間重複次數較高的詞彙，做爲本論文的關鍵字表，並依此關鍵字表分析探討這些詞彙來到台灣後的流行情況及演變現象。

藉由統整並分析台灣三大報紙、國內日文系大學生的問卷結果、前人文獻的語料，可以看出哪些新詞能被台灣社會所接受，並已融入本地，再比較與日文原詞的內部結構或語意相異之處。意即這些詞彙被轉借至中文並經孳生之後，其形態或定義是否已經改變，抑或有詞類轉變或是衍生的現象。例如，「M 型化」這個字，其日文原文是「M 型社会」¹¹。若從詞類來看，日文原語雖是名詞，但在中文裡變成了動詞；再從語義來看，「M 型社会」原指人數眾多的中產階層像 M 的中間凹陷部分一般，漸漸陷落、消失不見；而貧窮與富有的人卻越來越多，像是 M 字的凸出兩端。反觀該詞在台灣語意，僅止於強調 M 字雙峰的高、低收入階層。從這裡就可以明顯看出新詞的語意轉化。於第四章的語料分析中，將仔細探討與「M 型化」產生相似情形的詞彙。

另外，在譯語中，外來新詞的進化及衍生過程裡，會根據詞語衍生的原則及規律，穩定下來形成我們所看到的現行詞彙。針對這點，筆者的方法是整理日文外來詞語料後，先建立一個日文外來流行新詞的關鍵字總表。再依據此表分析語料的屬性，探討這些詞彙是否有衍生、轉類、轉義或加綴等現象。其後，對於上述關鍵字表的詞彙，進一步探究其用法上的正負評價印象，故以日本及台灣各 50 位受訪者爲對象，比較、

¹¹ 這個詞出現於 2006 年，日本趨勢學研究學者大前研一的著作『ロウアミードルの衝撃』（台灣譯爲《M 型社會：中產階級消失的危機與商機》）中，內容是以日本近 20 年來的發展歷程爲研究對象，提出對於今後社會發展類型的判斷。

觀察每一個詞彙在源語及譯語系統中，其正負評價是否產生差異，並討論出現落差的原因。

藉由以上的研究步驟，筆者以客觀且具體的方式，循序漸進地找出日文外來新詞來到台灣之後的流行、融入情形，以及這類詞彙在翻譯上的詞義擴張、內部結構改變、外部功能差異等規律。本論文各章分別為第一章：緒論、第二章：文獻分析與名詞定義、第三章：研究方法及語料探討、第四章：語料分析、第五章：結論。

第三節 研究範疇

截至目前，關於新詞的研究多止於新詞的來源、產生或是譯出方式。但談到新詞產生之後的演變研究，主要的前人文獻僅有楊承淑（2009）。楊承淑的研究主要是著重在外來新詞的變化。藉由詞語內部的屬性結構分析，觀察新詞產生之初、源語詞義尚屬模糊的階段，且在譯語系統對其接受程度未深的情況下，描述新詞的形態、語意、語用等漸趨穩定前的動態變化。筆者將楊承淑所研究的新詞範圍以下圖 1 表示，顯示與筆者擬研究範圍的不同之處。

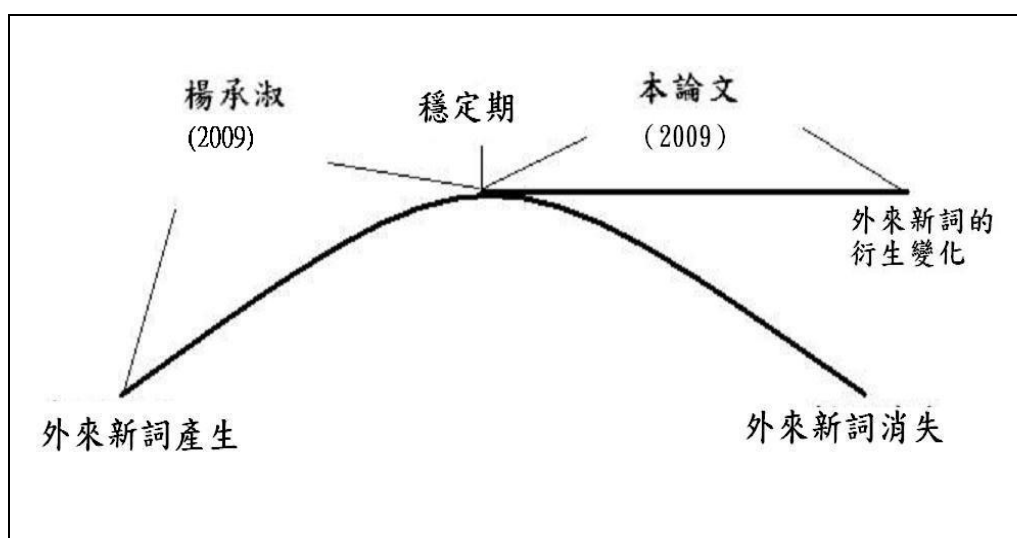


圖 1 外來新詞演變圖

如上圖 1 所示，一個新詞誕生並進入本地，在經過穩定期後，會有兩類發展趨勢。第一類是在不斷地調整後融入譯語中；第二類則隨著新詞代表的新事物消失而漸漸銷聲匿跡。在本論文中，筆者所研究的對象為前者。而楊承淑所探討的是處於尚未穩定乃至穩定狀況的新詞。在此階段中的新詞因為變數較多，故直到正式融入、穩固於譯語系統前，譯語還會不斷地調整其構詞、語音、語意、語用等屬性特質。本文的研究即是承接楊師的研究課題，意圖從譯語的適應變化中找出其中的規律。

因此，本論文的探討範圍是新詞進入本地蔚為流行之後，並未隨時間漸漸消失，而已穩定留存在譯語系統中，且其內部結構產生加綴、轉類、語意範疇擴張、孳生等衍生現象的詞彙。此外，對於這類日文外來流行新詞，也將探究其在日本及台灣兩地是否產生結構與用法的差異，如語意、語用、及正負評價等。



第二章 文獻分析與名詞定義

本章將分別針對「新詞」、「外來詞」、「流行詞」，整理並分析多筆前人文獻的論述，以對本論文欲探討的「日語外來流行新詞」做出歸納及定義。並於本章的結語中，比較統整外來流行新詞的屬性特徵，做為其後各章分析語料時的檢驗標準與參考。



第一節 新詞

在討論本論文的重點一日文外來詞之前，我們應該先探討何謂「新詞」（Neologism）。因為外來的詞彙對我們來說原本就是新詞，但是，「新詞」涵蓋範圍比「外來詞」（loan word）廣闊，況且有些「新詞」本身並非「外來詞」，如蔣英豪（2004：379）¹²所提及的「戊戌政變」即是一例。但是，「外來」仍是這批新詞的主要共同特徵。蔣英豪在定義新詞時指出，「所謂新詞，指的是新概念的標記、漢語中所無或雖有而其涵義並不相同的語詞，這些詞在一般學術討論中多視為『外來詞』」。雖然現在網際網路的蓬勃發展已促成「網路無國界」，使得大量外來詞彙進入本地成為新詞，但是有許多新詞彙也是土生土長於台灣本地的。例如，年輕人常說的「超瞎」¹³、「很夯」¹⁴等。

¹² 蔣英豪，〈梁啟超與近代漢語新詞〉，《中國文化研究所學報》第13期，香港，2004，頁379-404。

¹³ 據說此語由台灣歌手周杰倫開始帶動風潮。用來形容說話內容或行為太過無厘頭、很扯、很誇張的意思。

¹⁴ 「夯」的發音為「ㄉㄤ」，來自台語的「烘」。意指很流行、熱門。

新詞需要經過借用、翻譯或衍生的過程才會融入譯語之中。而新詞是如何產生的呢？湯廷池（1989：93-94）¹⁵指出，在文明進步及社會變遷下，新事物、風潮不斷產生，也就不斷促成新詞的誕生來表達這些新事物及新風潮。湯文並提及漢語新詞通常是由「創詞人」（word maker）所刻意創造出來的。所謂的「創詞人」包括新聞記者、節目主持人、廣告策劃人、歌詞作者、或翻譯的文人等。但是，有些新詞無法知道誰是它的「始創者」，也許它是在一群年輕學生間、職業團體、時裝界或娛樂界等特定的族群中流行起來的。但這樣的新詞可能在流行一陣子之後，「曇花一現」般的消失，也就是所謂的「臨時詞」或「偶發詞」（nonce word）。不過，有些新詞具有旺盛的「孳生力」（productivity），能夠孳生許多「派生詞」與「複合詞」。例如，筆者自報紙收集到的語料中，「人氣」一詞即有許多不同的組合變化，像是「超人氣」是最多的講法之外，還有「人氣旺」、或是結合台語的「人氣強強滾」等，這些例詞皆能印證湯廷池對於新詞具有孳生力的說法。

於國小任教的塗振洋（2001：73-77）¹⁶於其論述中提及流行語的來源，但筆者認為若只定義在流行詞範圍內似乎略顯狹隘，因為塗振洋所提到的流行詞來源其實就已包含於新詞的來源中，故筆者將其歸類於此節的新詞底下討論。塗振洋的論述中，也有來自傳播媒體、專業用語及青少年自創的新詞，因為與上述湯廷池的研究有所重複，這裡不再贅述，而僅就其他塗振洋提及的新詞來源，分類整理成以下四種：

- （一）外來語：台灣哈日及媚美的潮流從未間斷，故有大量外來詞「借音」的現象產生。例如，「あつさり」（阿沙力）指爽快的意思。
- （二）方言：在戒嚴解除之後，加上台灣本土意識抬頭，學台語及講台語一時蔚為風尚。因此，儘管不甚懂台語的人也會從台語中擷取自己想用的語詞並予以使用。例如，「澳客」¹⁷、「吐槽」¹⁸。

¹⁵湯廷池，《漢語詞法句法續集》，台北：台灣學生書局，1989。

¹⁶塗振洋，〈「青少年流行語」之探微〉，《教師天地》，台北，2001，頁71-79。

¹⁷原是台語的用法，意指態度差或是找碴的客人。但是屬於較主觀的用法。

¹⁸來自台語的詞彙，意指批評。

- (三) 符碼詞語¹⁹：隨著科技進步，現在大家人手一機，這種結合數位科技的產物，不但有語音通訊功能，也可傳遞符號文字訊息，更有影像等檔案輸出功能。例如，以前呼叫器流行的年代，產生了許多以數字符號為主的流行語，像是「530」（我想你）。又如「MP3」也是數位科技之下的新產品，並未譯成中文，而直接以數碼與符碼的方式表示，成為另類的新詞。這類因應電子通訊而生的符號或數碼詞語，也形成了為數不少的一批新詞。
- (四) 舊詞新解：這類詞語在青少年用語中並不少見，雖是沿襲已前舊有的詞語，但卻可能改變原詞的原意來表達，也就是賦予原來的用詞新義。例如，「茶包」因為發音與「trouble」相近，也有人解釋成「麻煩」，視為舊詞新解。

在新詞的來源上，筆者認為上述的湯廷池及塗振洋等前人文獻已做了很完整的交代。由此可見，新詞除了來自於記者、主持人、廣告策劃人、歌詞作者、翻譯文人等「創詞人」，以及某些特定族群的用語外²⁰，還有從原來的詞語系統中演變的方言與舊詞新解、或是從外來語言滲透進來的的外來語，以及因應外來新生事物所產生的新造詞²¹。

呂昭慧（1999：13-17）²²在做漢語新詞的整理與研究時，提及新詞是為反映社會的新事物而產生，因此新詞和社會環境的關係是密不可分的。而新詞還有族群性；大家使用同樣的語言，會在不知不覺中產生群體的感受，此特色尤其以青少年及專業人士等兩大族群最為明顯。新詞具有使用範圍的區域性，故觀察某一地區產生的新詞，即可發現該地區的社會背景及語言習慣。另外，新詞還把「漸進性」的特點表現得淋漓盡致，新詞在剛出現時會顯現不穩定的狀態，而當所指涉的事物不再存在時，該詞就會隨之消失。可以說，新詞產生與消失的過程都是極短暫的；新詞能存在多久，除

¹⁹ 原文獻的分類標題為「因應電子通訊而生」，因與其他三個分類標題不一致，經過楊承淑教授指導後，改正為「符碼詞語」。

²⁰ 參照前述的湯廷池文獻（1989：93～94）。

²¹ 參照前述的塗振洋文獻（2001：73～77）。

²² 呂昭慧，《現代漢語新詞語料的整理與研究》，中國文化大學中國文學研究所碩士論文，1999。

了憑藉社會約定俗成的力量之外，多數人的接納與現實需要更是促使該詞達到入選與淘汰的主因。

呂昭慧於上面的論述中點出了新詞的最大特色－時間。所有的新詞都要經過時間的考驗；即使有些新詞在一開始曾轟動一時，但是時間久了，可能隨著該詞所代表的元素消失，這些新詞也就漸漸隱沒了。不過，只要該詞彙在我們的社會中仍有需要的話，就會一直存留下來，並開始轉化、衍生而漸漸融入乃至於固定於譯語之中。從以上的文獻統整得知，新詞的去留皆取決於時間的要素。而本論文所要探討的則是那些經過時間考驗，仍然存在台灣社會裡的日文外來新詞，探討這些詞彙究竟跨越了哪些阻隔，以及符合了哪些詞語留存的基準，而能保留沿用迄今。

楊承淑（2009：249）²³論及新詞的接受基準時，認為外來新詞進入本地前，會先經過代表文化意涵的「守門人」²⁴關卡。守門人會將該新詞的訊息內容依照風俗、信仰、儀式、價值觀、禮節、意識型態、行為規範、社會評價等依序評價，再考慮是否放行通關。例如，以 2008 年的北京奧運為例，筆者在台灣的電視中，看到朱木炎及楊淑君等我國的選手爭取榮耀的精彩鏡頭，他們是全台灣令人景仰的英雄；但是，同一時間如果身處日本，可能就無緣看到這些台灣選手的表現了，取而代之的將是游泳健將北島康介²⁵的奪牌畫面。這就是因為身處國家不同，守門人理論會發揮其作用，優先選擇適用該地的訊息。因此，新詞在初期勢必要接受守門人的檢驗，依序通過文化層面、語音及詞義等關卡後，在與譯語不發生矛盾及衝突的情形下方可過關。

在目前的新詞研究中，應屬窪園晴夫（2002：2-50，82-163）²⁶的研究較為完整

²³楊承淑，〈新詞與新詞翻譯：剖析及對應〉，《翻譯與跨文化交流：整合與創新》，上海：上海外語教育出版社，2009。

²⁴「守門人理論」（gatekeeping theory）由社會心理學家 Kurt Lewin 於 1947 年提出。謂指在群體傳播過程中，只有符合群體約定俗成之規範，或守門人之價值標準的內容才能進入傳播管道並廣為流傳。

²⁵北島康介（Kitazima Kosuke），日本的游泳國手。曾連續榮獲雅典及北京奧運的 100 公尺、200 公尺蛙式金牌。並且是該項目的世界紀錄保持人。

²⁶窪園晴夫（2002）『新語はこうして作られる』東京：岩波書店。

及適當。他根據衍生型態、形態特徵、構詞規則等，將新詞的衍生分為以下三大類。

（一）加法型：這類新詞包含兩個詞幹的複合（例如，動漫界用語的「萌」²⁷可以變成「萌女」的複合詞），或是詞幹與詞綴的組成（例如，前述的「萌」可加上前綴詞形成「超萌」），以及語意的延伸（例如，搜尋引擎「Google」的公司名稱，現在已可當作「資料檢索」的動詞使用）。故加法型的新詞大都比原詞稍長。

（二）減法型：當譯語與外來新詞的語音、內部結構產生衝突，譯入本國語時，易將新詞中具特徵的語素保留後，減縮其詞語型態，使新詞長度短於原詞。如「德意志聯邦共和國」簡稱「德國」。

（三）加減混合型：這是同時融合加法及減法的衍生型態，此類詞語的形成方式又分為以下兩種。

（1） $A+B=AB$ ：如「東京大學」簡化為「東大」。窪蘭稱此類為「保留前方要素」，即各取頭字詞而來。而楊承淑（2009：238）則認為應解釋成認知上的「可回復原則」(recoverability)會更具條理性，因為「大阪大學」如果和「東大」一樣保留前方要素，將會變成「太大」而不知所云，所以應保留具有意義特徵的訊息，並能夠把語意回復為「大阪大學」的「阪大」才有意義。

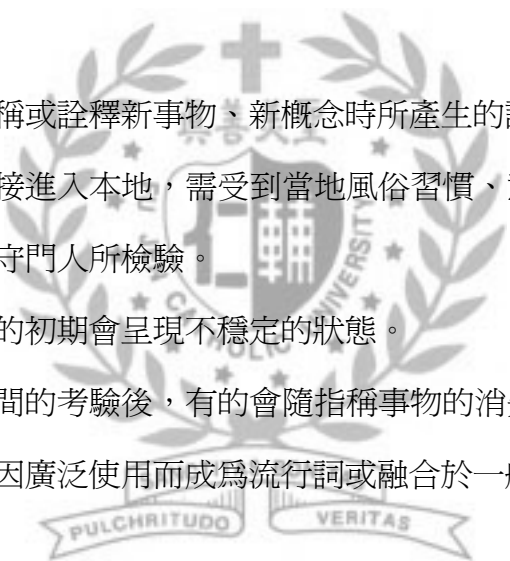
（2） $AB-B=A$ ：如「news paper」縮減為「news」。此例是取決於複合詞中的「語意範疇」(semantic category)所做的取捨。

由此可見，以上窪蘭晴夫所提出的新詞衍生現象，都與詞意的變化相關，且以詞意為詞語的核心元素。窪蘭晴夫利用大量的英、日語例子來說明新詞如何誕生，也探討了現在年輕人流行的縮減詞。但可惜的是，其中並未接觸外來語新詞的後續演變及翻譯問題。因此，針對不足的部分，筆者於本論文中將列入研究範圍加以探討。

²⁷ 動漫喜好者用這個詞來形容極端喜好的事物，但是通常都是針對女性（尤其是動漫的）而言，因此，萌（もえ，moe）現在也可以用來形容可愛的女生。

另外，陳錦怡（2003：19-20）²⁸對於新詞的定義中，統整、比較了三筆日文及兩筆中文的前人文獻及資料²⁹後，提出「新詞是指爲了某表達事物或概念，而出現在語言社會中的新詞彙。而且，新詞會以多種形式存在，例如，新造語³⁰、利用既有詞語形成的新語、新用語³¹、新出現語³²等」（筆者譯）。但是，陳錦怡也指出，有些新語在廣泛使用後會成爲流行詞，但亦有非流行詞的新詞。可見新詞和流行詞是分別指稱兩個不同的概念，只是兩者之間會有重疊、交集的部分。因此，筆者也將於本章第三節分析與「流行詞」相關的前人文獻，以爲流行詞訂立明確的定義。

根據以上多筆前人文獻對新詞的研究及看法，筆者統整出本研究所要定義的新詞應符合以下四項描述：

- 
- ① 新詞是爲了指稱或詮釋新事物、新概念時所產生的詞彙。
 - ② 新詞能不能直接進入本地，需受到當地風俗習慣、意識型態、及價值觀等代表文化意涵的守門人所檢驗。
 - ③ 新詞在產出後的初期會呈現不穩定的狀態。
 - ④ 新詞在經過時間的考驗後，有的會隨指稱事物的消失而如曇花一現般銷聲匿跡；有的則會因廣泛使用而成爲流行詞或融合於一般用語之中。

²⁸陳錦怡（2003）『流行語となつた新語に関する考察-付・日本語と関連のある中国語』銘傳大學應用日語學系碩士論文。

²⁹ 日文：①加茂正一（1944）『新語の考察』，東京：三省堂。②国語学会（1980）『国語学大辞典』，東京：東京堂。③米川明彦（1989）『新語と流行語』東京：南雲堂。中文：①呂昭慧，《現代漢語新詞語料的整理與研究》，中國文化大學中國文學研究所碩士論文，1999。②許斐綸，〈從報章流行語看目前臺灣的文化現象〉，《華文世界》第93期，台北，1999，頁1-14。

³⁰ 新詞新義。

³¹ 舊詞新義；爲了重新詮釋該事物或概念，而賦予其新義的詞彙。

³² 原文爲「新出語」。僅限於小部分社會所使用的俗語或方言，在一般用語中當作新詞使用。

第二節 外來詞

本章第一節雖已討論過新詞，但是除了少部分新詞屬本地自創之外，其實大部分的新詞是外來的，隨著國外的新事物引進本地時一起傳入。而本節將進一步探討的就是新詞中的外來詞。

討論「外來詞／語」的文獻資料為數不少，但對於「外來詞」的定義卻呈現各家說法不一的情形。另外，有些學者會使用其他的詞指稱「外來詞／語」，例如湯廷池的（1989：118）「轉借詞」。在本論文中，筆者直接選擇較多人使用的「外來詞」。以下，將列舉數筆討論外來詞的前人文獻，並試做分析及歸納。

田惠剛（1993）在〈漢語“外來詞”概念界定獻疑〉³³中認為，外來詞又稱外來詞語（foreignism 或 peregrinism）或外來成分，是指「取自另一種語言的借詞」。它與借詞（borrowing）基本上是同一概念，在廣義的範疇內可以互相替換，但彼此之間並不能畫上等號。借詞強調的是「一種語言或方言通過接觸和／或模仿，引進另一種語言或方言的某些成分。」由此可知，田惠剛所定義的「外來詞」是指，來自本族語以外的其他語言（即外國語）的借詞，而「借詞」則不僅包括來自其他語言和詞語，還包括來自本族語方言的詞語。因此，本論文欲探討的日文外來詞，應屬於上述「借詞」解釋中的前者。

姚榮松（1992）在〈台灣現行外來語的問題〉³⁴中曾指出，所謂的外來語（alien word），應指「取自另一種語言的借詞（loan word），或者通過翻譯一個概念或模仿一個概念，所取自另一種語言的外來成分（alienism）。簡單說來，即是借詞和譯詞兩類，借詞是連同詞和音一起搬過來，譯詞則是僅僅以漢字翻譯原來的詞義。前者如

³³田惠剛，〈漢語“外來詞”概念界定獻疑〉，《詞庫建設通訊》11月第2期，香港，1993，頁19-21。

³⁴姚榮松，〈台灣現行外來語的問題〉，《師大學報》第37期，台北，1992，頁28-36。

葡萄，後者如胡琴。」筆者認為姚榮松對於外來語的分類稍嫌籠統，姚只將其區分為借詞與譯詞兩大類，但有的借詞雖是借音，卻仍會加上類詞（可參照下列表 1 之例 1），或是有的詞彙會採取半借音＋半意譯的方式。關於外來詞較詳細的定義及分類，我們可參考以下的前人研究。

吳錫德（2006：87）³⁵從語言及文化接受度的觀點，探討外來語所採取的譯入方法。他認為在兩種語言「相異性」偏高時，自然只能採用「音譯」處理。等到有了若干「相似性」，才有可能進行「意譯」，但此時仍並未排除「音譯」的方式。至於若處於「同一性」的情況時，往往就無必要對外來語加以「詮釋」，故可以「直譯」。一旦社會對於外來語所代表的新事物、新觀念逐漸熟稔，便會出現音譯→意譯→直譯的變化。例如「AIDS」一詞就是歷經「愛死病」→「先天性免疫不良症候群」→「愛滋病」的過程，而逐步確定的譯法³⁶。

但吳錫德也強調，社會開放及文化發展的結果，並未導致傾向於採用意譯或直譯，這些端視社會接受外來語的習慣及態度而定。另外，他還提到漢語可能採取的音譯方式，除了極少數的「純粹音譯」及「借譯」之外，大多以「音義合譯」的操作手法呈現（如下表）。

表 1 漢語對外來語的音譯方式

音義合譯的方法		例詞
1	半音譯（＋類詞）	芭蕾舞（Ballet）
2	半音半義	信用卡（Credit Card）
3	諧音音譯	可口可樂（Coco-Cola）
4	諧音＋意譯	霓虹燈（Neon Lamp）
5	音義合譯	脫口秀（Talk Show）

資料來源：吳錫德（2006：88）

³⁵吳錫德，〈品牌翻譯的跨文化策略－兼論外來語的音譯〉，《淡江人文社會學刊》第 27 期，台北，2006，頁 81-99。

³⁶ 與其相同的例子還有「Grammar」一詞：「葛郎瑪」→「文法」→「語法」。

上表 1 中，第 1、2 項能夠讓我們立即理解該詞所代表的意義。就像日文外來詞的「烏龍麵」就是一例。倘若我們只把「うどん」譯成「烏龍」，會被誤解為與「搞了一個大烏龍」的「烏龍」同義，因而不知所云。但是，只要加上一個表示屬性的「麵」，便能瞭解這是一種麵條類的食物了。而第 3-5 項則是利用聯想，搭配譯語中的諧音來凸顯該詞彙的語意內涵，並使外來語變得更加活潑生動。

黃宣範（1972：21）³⁷也在〈中國語文中的外來語〉一文中指出，某一種語言被借到另一種語言時，在語言學上就叫做外來語（或稱借詞）。每一種語言都或多或少含有外來語。當兩個文化發生密切接觸時，外來語（單方向的或雙方向的）也就特別多。而利用本國語的音去譯外國語的音時，該外來語就叫做「借音詞」。如果只譯意義而不借音，則是「借義詞」。

外來語雖是從他種語言借來的詞語，但是吳致君（1995：9-11）³⁸並不認為外來詞可以跟借詞直接畫上等號，她在《漢語借詞之研究》中提到，有些人會將外來詞及借詞等同看待，但是她認為「外來詞與借詞的關係，二者其實是如下表分屬不同層級的。外來詞包含借詞及譯詞，而借詞又包含借形及借音兩種。」另外，吳致君也提及，漢語外來詞的範圍可分為廣義與狹義。狹義的外來詞將來自日語和譯意的外來詞排除在外，只著重在語音的模仿，這是比較不合理的。為此，若依照廣義的外來詞訂定範圍，可畫分為如下的分類結果：

表 2 廣義的外來詞分類

資料來源：吳致君（1995：10）

外來詞	借詞	借形	混成詞（如：卡拉 OK、T 恤、K 金）
			日語借形詞（如：民主、取締、電話）
		借音（音譯）	完全音譯詞（如：蘇打、咖啡）
			半音半義詞（如：冰淇淋、綠卡）
			音譯加類名（如：卡車、酒吧、芭蕾舞）
	譯詞	譯意	全譯詞（如：知識份子）
			仿譯詞（如：熱狗、蜜月）

³⁷黃宣範，〈中國語文中的外來語〉，《綜合月刊》42 期，台北，1972，頁 21-29。

³⁸吳致君，《漢語借詞之研究》，國立高雄師範大學國文學系研究所碩士論文，1995。

比較上述前人文獻對外來詞的界定後，筆者認為吳致君的看法較為恰當。因為外來詞並不完全等於借詞，外來詞應該還包含譯詞（譯意詞）才是，這點可從以下朱曉雲（1986）、湯廷池（1989）等人的文獻中看出。而上述吳致君分類的源語詞例多數來自英文，來自日文的外來詞則多屬借形分類下的日語借形（如：達人），這是因為中日文同屬使用漢字的語言，故可直接借用其文字。其次則是借音分類中的完全音譯（如：かわいい，卡哇伊，「可愛」的意思）。

除此之外，專門討論日語外來詞的文獻還有張瓊玲（1998：102-108）³⁹。她以《漢語外來詞詞典》⁴⁰為分析對象，收錄約 836 筆源語為日語的詞彙。其中，來自日語的外來詞定義如下表：

表 3 日語外來詞的來源分類及定義

A 群	日語意譯 X 語。如：國際（意譯自英語）、象徵（意譯自法語）、理念（意譯自德語）。
	日語音譯 X 語。如：瓦斯（音譯自荷語）、俱樂部（音譯自英語）。
B 群	固有的日語。如：和服、片假名、三味線、狂言、羊羹。
	在日語中訓讀的詞。如：打消（うちけし）、出口（でぐち）。
	其他。如：外勤、日程

資料來源：張瓊玲（1998：102-104），筆者整理製表。

在上述《漢語外來詞詞典》中，有超過三分之二的日文外來詞屬於 A 群，即日語意譯或音譯自外語後，中文再行借入的詞彙。理由是日本對於國外新產生的事物，常會以意譯或音譯的方式迅速引進本國。這也可從張瓊玲在文中提到的下述句子得知：「日本語はわりと容易に他の外国語を取り入れ、外来語を作る特質を持ってい

³⁹張瓊玲（1998）「日中兩國語における外来語の諸相—借用語彙とその互換関係について—」『淡江學報』第 36 期，頁 99-119。

⁴⁰高名凱、劉正琰，《漢語外來詞詞典》，香港：商務，1985。

る言語である。一方、中国語の方はわりと保守的で、他国の言語を取り入れにくい。」

（筆者譯：日文比較容易接受外國語言，具有製造外來語的特質。反觀中文較為保守，不輕易接受他國語言。）日本有大量的外來語字典就是以上論述的最佳印證。不過，上述提到中文較保守的說法仍有待商榷，隨著資訊傳播變得快捷便利，其實中文裡早已有大量的外來語，只是不像日文般有統整、出版成冊的外來語辭典。

另外，台灣近年來對於日本外來的事物容易有「照單全收」的現象，即直接借用漢字及其語意，所以張瓊玲的表格分類中，屬於 B 群的詞彙在當年的《漢語外來詞詞典》中雖屬少數，但最近幾年卻壓倒性地大幅增加。也許因為台灣與日本同樣使用漢字，導致很多日語外來詞未經過「消化」而直接使用。例如，牛仔褲廣告上的「小尻革命」，在台灣應該少有人知道「尻」⁴¹的真正念法及其意義。類似這樣直接借用，不經過消化或創新的日語外來詞為數不少，這種現象將於第三章的語料探討中得到印證。又，朱曉雲（1986：150-161）⁴²將借自日語的外來詞分為下列八種：

表 4 日語外來詞分類

音譯語	純日語發音的音譯語：利用漢字的表音性，將日文發音譯成漢字。	如：沙西米、塌塌米
	間接音譯語：以前日語多用發音類似的漢字表示外來詞，中文則再行借用。	如：倫敦、俱樂部
意譯語	純借意語（再輸入語）：對於外國的新思想及新詞彙，日語用意思相近的漢字表示，中文再直接借用。	如：過渡、溫室
	部分再輸入語：類似「再輸入語」，但在時代變遷後，只殘留於某些專門領域中。	如：議決、革命
借形語	純借形語：只單純借用「和製漢語」的形狀，在中文裡則產生不同意義。	如：肉彈
	借形＋借意語：一併借用和製漢語的形狀及意義。	如：手續、見習
再製造語	多出現語頭或語尾，日本人為了譯歐美的新詞彙而造的字。	如：～化、處女～
純外來語	現代漢語中沒有的詞，或是不存在於中國人生活、社會中的事物。	如：假名、狂言

資料來源：朱曉雲（1985：150-161），筆者整理製表。

⁴¹ しり（shiri），意為「屁股」。

⁴² 朱曉雲，《中國話裡的外來語》，東吳大學日本研究所碩士論文，1985。

朱曉雲把日語外來詞分爲五大類後再細分成八種。朱在梳理日語外來詞時，與上述張瓊玲的相同之處，都是根據該外來詞的來源與譯法加以分類。雖然朱曉雲的文獻年代較久遠，但是筆者認爲其中的音譯語、借形語及再製造語的說法仍具有參考價值。音譯語中的「純日語發音的音譯語」一項，在現今的日文外來流行新詞中常可看見許多例子，像是「卡哇伊」（可愛）一詞就是大家再熟悉不過的詞彙。借形語中的「純借形語」，在目前的日文外來詞中較少見，大多爲「借形＋借意語」，而本論文將討論的詞彙，多數是與這一類相符合的，例如「人氣」、「達人」等詞。另外，「再製造語」一項就是日語所稱的接頭語、接尾語（詞綴），這類詞彙由日本外來的也不少，例如，「～族」、「一番～」等。

相對於上述兩者以來源及譯法爲基準的分類方式，湯廷池（1989：93-146）在新詞⁴³研究中，除了對於來自英、日語的外來詞都多有著墨外，更清楚地將外來詞依來源、內部結構及屬性分爲下列五類：

（一）「轉借詞」（*borrowed word*），或稱「輸入詞」或「借形詞」。是指直接輸入外國語的詞彙，通常只有文字系統相同的兩種語言才有可能轉借（如漢語與日語），因此來自英語的轉借詞寥寥可數，如商標名「IBM」。但是筆者發現，由於全球化的快速進展，英語已成國際通用的語言，故近年此類轉借詞日益增多。例如，「APEC」、「MP3」、「SIM 卡」等。另外，湯廷池根據高名凱、劉正琰（1958：77-98）⁴⁴合著的《現代漢語外來詞研究》，將來自日語的轉借詞分爲下列三類：

⁴³ 湯廷池所謂的「新詞」分爲「外來詞」與「自造詞」兩類。「外來詞」指在外來文物與外國語詞彙的影響下創造的漢語新詞；而「自造詞」則指不受外來文物或外國語詞彙的影響，而在漢語本身的內在需要下產生的漢語新詞。

⁴⁴ 高名凱、劉正琰，《現代漢語外來詞研究》，北京：文字改革，1958。

表 5 日語轉借詞分類

日語轉借詞	來 源	例 詞
純粹日語轉借詞	由日語創造，而非翻譯自外來語詞彙。	例如：場合、便所。
承襲漢語的轉借詞	原來存在於古漢語中，後來由日語採用來翻譯西詞的新概念，再由漢語轉借回來。	例如：文法、分析。
日語譯義外來詞	日語譯義來自英語的外來詞，漢語再將其轉借進來。	例如：物質、電報。

資料來源：高名凱、劉正琰（1958：77-98）

（二）「譯音詞」（transliteration），又稱「借音詞」。是利用譯語的語音去表現外國語的音而得出的新詞。但是由於漢字是「標義文字」，故在中文裡這種源自日語的純粹譯音詞並不多，例如，榻榻米、沙西米等都是指稱日本創造的事物。另外，英語外來詞的譯音則是在無法譯義、或不容易譯義時，所採用的權宜性造詞法，而且許多譯音詞隨後都被音譯混合詞（如：撲克→撲克牌）或譯義詞（如：開麥拉→照相機）所取代。

（三）「譯義詞」（loan translation），或稱「借義詞」。這類詞不去管外國語的音，而直接以本國語的意思去翻譯外國語的意義。在英文外來詞中佔絕大多數的就是譯義詞，可分為「直譯」及「意譯」兩種。前者如「超級市場（supermarket）」，後者如「顯微鏡（microscope）」。但是這類詞在日語外來詞中並不常見、數量較少，例如，「鍵っ子」被譯為「鑰匙兒童」。這是因為日語本身的新事物或新概念常用漢字命名，漢語就用直接轉借的方式借入即可。

（四）「音義兼用詞」（hybrid loan-word）也稱「混合詞」。指摻雜譯音及譯義的譯語詞彙。例如「烏龍麵」一詞就是部分譯音（udon→烏龍）與部分譯義（麵）所形成的混合詞。如同上述譯義詞，由於日語和中文都使用漢字，這類音義兼用詞的數量就相對較少了。而在英文外來語中則有不少這樣的詞，與音譯詞相似，常含有人名、國名、地名等專名，如「新英格蘭（New England）」正是前半譯義，後半譯音的例子。

（五）形聲詞（phonetic compound）或稱「新形聲字」。日本人仿照漢字的形聲

字原則所造的「國字」，通常只有「訓讀」的念法，例如，「畑」（hatake）及「峠」（toge）等，並少有轉借進入漢語，唯獨「丼」（Don；中文發音ㄉㄨㄣˇ）一字偶爾會出現在日本料理店的菜單中，直接借用日文用法，意指日式蓋飯。

分析湯廷池對英、日語外來詞的整理，筆者發現漢語在接受英語外來詞時，其產出方式多為譯音、譯義或音譯兼用；但日語外來詞卻大多是以轉借的方式進入漢語。因為日語及漢語都使用漢字，儘管這兩種語言在語族及類型上都截然不同，但卻可以透過漢字直接以轉借方式移植入漢語。正因如此，現在的台灣社會才會大量接納日語外來詞，而這些詞彙也確實廣受使用，並有部分已根深蒂固於漢語之中。由此可見，湯廷池的分類方式兼顧了來源、結構及屬性，除了具有系統性之外，也十分詳細易懂。

分析探討以上多筆外來詞的前人文獻後，本論文欲定義之日文外來詞，將以湯廷池所提及的論述為基準，無論是借音、借形、借義等詞彙，都將納入本論文語料的蒐集範圍內。而本論文所蒐集到的日文外來詞，仍以「借形詞」及「借音詞」為大宗⁴⁵。「借形詞」就是直接借用日文漢字放進中文裡，並以中文發音的詞彙，台灣流行的日文外來新詞以這類佔大多數。例如，「合體」或「素顏」等。「借音詞」則是如「卡哇伊」（かわいい）這一類詞，直接模仿日文發音，並選用中文發音相近的字來書寫。但是這類的借音詞其實仍屬於少數，這是因為中文並非標音文字，而是標義文字，故比起套用發音相近的中文字之借音方式，直接借用漢字的「借形詞」顯然還是較為便捷，在詞義的傳達上也的確更有效率。

第三節 流行詞

本節將承接上述的新詞及外來詞，進一步分析何謂「流行詞」。對於進入本地的

⁴⁵ 詳見頁 119 之附錄 1「報紙語料檢索結果」，及頁 35 之表 9「日文外來流行詞問卷統計結果」。

外來詞中廣為流行的詞彙，一如熊忠武、陳芳、馮皓（1999）⁴⁶在《當代流行語》序言中指出，其收錄流行語的定義為：「流行語是指某一段時間或特定區域內廣為傳播的語言。具有流行性、俚俗性、階級性或行業性等特徵。此外，還更具有驟生速朽性，很容易在短期內消失。」多數的流行語的確具有上述特性，但是筆者認為這類曇花一現的流行詞語，在流行的事件沈寂之後，早已被大家遺忘的詞語是較無研究必要的。故本論文將把重點放在那些流行以來一直沿用至今，甚至已經孳生變化的流行詞上。

在日本的流行用語中，有一個最具指標性的大事就是「日本新語流行語大賞」。這是由自由國民社於每年 12 月上旬時主辦，從當年度日本國內流行的用語中，選出廣為大眾所知，且能反映社會現象及時事的新語・流行語，並頒發獎項給該詞語的相關團體或個人。該出版社每年發行詞語百科事典『現代用語の基礎知識』（現代用語の基礎知識）⁴⁷，分門別類地網羅當年度造成轟動、廣為流傳的新語・流行語。在『現代用語の基礎知識 1999』的「新語流行語大賞」分類⁴⁸導讀中，評論家草柳大藏⁴⁹提到，在審查會場裡，自己就像是站在「詞彙的早晨市集」（言葉の朝市）裡一樣：

「あらゆるメディアから、若者の群がる広場から、予算委員会やファッションショウから、つまり言葉が投げかわされる全範疇から、とれとれ言葉がえられ、審査会場に運ばれてくる。」（筆者譯：從各種媒體、年輕人族群、預算審查委員會及時尚秀等各類範疇中，遴選出來的新鮮詞彙陳列在審查會場中。）

從以上的敘述中可瞭解新語・流行語的特色及來源。但是，回頭去看其中年代較久遠的新語・流行語，現在可能早已無法單從字面理解其意義及來由了；由此可見，新語・流行語不斷地在推陳出新，其汰換速度非常猛烈。

⁴⁶陳芳、熊忠武、馮皓，《當代流行語》，北京：中國社會，1999。

⁴⁷與一般百科全書所不同的是，除了以用語詞彙為中心外，更收錄了當時傳媒間廣為流傳的用語。

⁴⁸自由國民社（1999：1090）『現代用語の基礎知識 1999』東京：自由國民社。

⁴⁹草柳大藏（Kusayanagi Daizo），1924 年生於神奈川縣。東京大學法學部政治系畢業，是日本新語流行語大賞的審查委員長。

造出「世相語」⁵⁰一詞的稻垣吾彥（1999：9-27）曾經對流行語做出如下定義：「誇張のなかに娯楽性を含んだ表現で、そのときどきの世相・風俗を批判したことばや、その発音が奇抜であつたりして人びとの耳目を引きつけたことばで、一時期ひろく使われたり印象づけられたりしたことば。」（筆者譯：以誇張但不失娛樂性的表現手法，對當下的社會現象及風俗民情做出批判的詞語、因其發音特別而引起大眾注目的詞語、在某段時期內廣泛使用而令人留下印象的詞語。）稻垣吾彥並以社會評論家大宅壯一所創的「一億總白痴化」⁵¹一詞為例，說明了流行語的五個特質。

第一、詼諧性：即使一億的日本國民全都緊盯電視不放，大家也不會因此變成笨蛋，所以該詞只是藉由誇大的手法來吸引眾人的注意。

第二、偶發性：大宅壯一承認該語是在無意間浮現於自己腦海中的。就像是流行語並非是某人特意創造出來的，通常是在沒有預兆下，無意間偶然產生的詞語。甚至有些流行詞是直到該詞彙出現之後一陣子，大眾才開始賦予其意義及解釋的。

第三、批判性：如同上述對流行語的定義，很多流行語能反映出時事，或做為社會現象的批判。

第四、代言性：當初電視機開始迅速普及時，大家對這個新媒體覺得又愛又恨⁵²，但卻又不知該如何加以形容、評論。此時剛好有位名評論家提出「一億總白痴化」的論點，立刻引起社會大眾的認同感，彷彿這句話正好道出了自己的心聲。

第五、時尚性：許多流行語只會出現在某一時期，如果繼續將過時的流行語掛在

⁵⁰ 1980年由創拓社出版之『現代世相語』一書的前言中，稻垣吾彥對世相語（社會現象用語）一詞做出定義：「新語や流行語、風俗語、若者のキャンパス語、失言・放言、名言・迷言の語録、新聞・雑誌・テレビやCM・広告などマスコミに出た人目を引いたことばなど、これらをひっくるめて世相語と名づけた。」（筆者譯：流行語、風俗用語、年輕人的校園用語、失言・信口胡說、名言・似是而非的名言語錄、報紙・雜誌・電視與廣告等，出現在傳媒中引人注目的用語，這些統稱為社會現象用語。）

⁵¹ 這是由社會評論家大宅壯一所創造出來的流行語。意指電視媒體極為低俗，如果整天都盯著電視，全日本一億人的想像力及思考能力都會降低。

⁵² 當時的社會面對電視這個新媒體時，充滿了矛盾複雜的心情。一方面樂於享受電視所帶來的便利性及樂趣，另一方面卻對其快速的發展普及感到害怕。

嘴邊，就像穿著已過時的服裝一般。

在 2008 年造成轟動的台灣國片電影「海角七號」，劇中人物的台詞帶動了許多流行語的風潮。例如茂伯一角充滿詼諧語氣的「我是國寶」，或是阿嘉深情流露的「留下來，或是我跟你走」等，這些經典的台詞大家常會掛在嘴邊，可說是 2008 年最火紅的流行詞代表。而正當「海角效應」不斷升溫的同時，當時的政界也恰巧出現金額高達七億的洗錢案件，所以政治評論家便借用海角七號一詞，創造出「海角七億」的新流行詞彙，這就是前述流行詞用來做社會現象批判的最佳佐證。

在以前，電視幾乎是所有人接收新資訊最方便的管道，但是當年提出「一億總白痴化」的大宅壯一，應該沒有料到 21 世紀的現在，除了電視之外，影響我們現代人生活最深的竟是網際網路。尤其是年輕人每天的生活幾乎離不開電腦。大家除了利用網際網路收發電子郵件及瀏覽大量新資訊外，網際網路世界中的「家族」⁵³、「部落格」⁵⁴、「BBS」⁵⁵等更是許多素未謀面卻志同道合的朋友聚集的角落。而許多新詞及流行詞語就是在這裡誕生的，這些詞彙透過網路的力量迅速散播開來，甚至有比電視、報紙等各類媒體更早一步帶動流行風潮的傾向。

王敏東及陳錦怡（2002：43-44）⁵⁶於提及流行語的特色時，認為就「時間」而言，因為流行語受到廣泛使用，所以能夠反映當代文化背景及特色；而就「使用族群」而言，流行語與年輕人的關係密切，所以往往融入了年輕人活潑的思維及造語方式；在「使用程度」方面，雖然流行語使用極為普遍，但是多數使用者都不瞭解其出處、典

⁵³ 網路上極受歡迎的社群服務，家族就像是一個社區，可以透過家族各項功能的設計，和親朋好友或是志同道合的網友成立一個專屬的家族，作為交流文章資訊與分享生活點滴的管道。

⁵⁴ 「Web log」，縮寫 Blog，台灣譯為「部落格」。是一種由個人管理，可不定期自由張貼文章（網誌）、相片（相簿）、影像的網站。

⁵⁵ 電子系統佈告欄（英文：Bulletin Board System，縮寫 BBS），是一種軟體。大多為在黑色終端機畫面上以單色或彩色的純文字呈現，並使用 telnet 協議連接。現在雖然多被網路社群或網路論壇所取代，但是台灣的學校當中，telnet 式的 BBS 系統仍然非常盛行。

⁵⁶ 王敏東、陳錦怡，〈與日語相應的流行語－台灣的情形〉，《語文建設通訊》，香港，2002，頁 43-49。

故，且構詞上、詞義上也都不甚穩定，因此更加突顯流行語研究的必要。王、陳點出了流行語在時間、使用族群及屬性的主要特色，但除了流行語能反映文化背景及特色之外，筆者認為流行語亦能反映社會現象。例如，從筆者蒐集的語料，「少子化」⁵⁷或「M 型化」⁵⁸就是貼切地描述現代社會現象的流行用語。

陳盈如（2009）⁵⁹所探討的是米川明彥（2002）⁶⁰列出的日本戰後（1946-1989 年）流行語的 269 個詞彙中，以漢字標記的共 81 個詞彙，其在台灣的字典、報章雜誌內的使用現狀。另外，陳盈如也探討了這些流行詞彙的性質與內容，可發現表示政治軍事意義的詞彙明顯少於戰前，代表女性意識的抬頭、新時代的來臨、景氣復甦與重視基本人權的詞彙增加了；而戰前與戰後並無產生變化的流行詞特質是傳播媒體與新詞・流行詞的深刻關係。因為戰後至今已經過了很多年，當初的流行詞幾乎已不再為人所知，但從這點也可印證大多數流行詞會受到時間淘汰的特性。而能夠順利進入台灣的日文詞彙仍是以漢字標記的彙居多，這無疑是受到中文字表意現象的限制。

許斐絢（2000：112-114）⁶¹認為流行詞語的使用族群，主要是有豐富創造力和社會活力的青少年。青少年接受媒體的洗禮，不斷求新求變地模仿或創造許多特殊言語，而這些流行詞語同時也會在校園同儕間散播開來。在流行詞語的流行性方面，有些流行詞語是伴隨著當時的潮流出現並結束的（例如，選戰用語的「棄□保○」），具有不定期流行現象。另外，有些流行詞語雖然隨時間流逝而沈寂，其流行性已被取代，但不代表該詞會消失、淘汰。例如，曾在 19 年前由曹蘭及姚黛瑋所飾演，造成

⁵⁷少子化是指生育率下降，造成幼年人口逐漸減少的現象。如果新一代增加的速度遠低於上一代自然死亡的速度，更會造成人口不足，所以少子化是許多國家（特別是已開發國家）非常關心的問題。

⁵⁸指在全球化的趨勢下，富者的財富快速攀升；另一方面，隨著資源重新分配，原本的中產階級失去競爭力而淪落為中下階層。整個社會的財富分配，在中間這塊突然陷落，產生一個很大的缺口，就像「M」這個字型一樣。

⁵⁹陳盈如（2009）『日本の流行語の台湾での使用状況について—戦後の漢字表記語を中心に—』銘傳大學應用日語學系碩士論文。

⁶⁰米川明彥（2002）『明治・大正・昭和の新語・流行語辞典』東京：三省堂。

⁶¹許斐絢，《台灣當代國語新詞探微》，國立臺灣師範大學華語文教學研究所碩士論文，2000。

收視長紅的「檳榔姊妹花」⁶²，就是筆者覺得最貼切的例子。凡事追求「酷、炫」的年輕人的確是流行詞語的愛用者。因此，本研究除了利用報紙做為語料的檢索統計外，也將以年輕人（國內日文系大學生）為對象，施行日文外來流行語的問卷調查。

在探討年輕人流行用語的特色及目的時，山口仲美（2007：151-157）⁶³提出多項促成年輕人使用該族群流行用語的原因。筆者將其歸納整理如下：

- （一）社群共識（仲間意識を持ちたい）：這是年輕人使用流行語的最大目的。希望自己和好朋友之間能產生所謂的社群共識。尤其是大量地使用簡化、縮減的語言，就是為了證明自己是屬於該族群的一份子，因為這些用語是此族群外的人所不懂的，藉此使該族群、團體內的人能更緊密結合在一起，也能迅速分辨這個人是否是團體內的一份子。
- （二）表達感情（気持ちを伝えたい）：年輕人常常使用強調語氣，表面看來似乎覺得處處都變成強調，經過仔細分析，其實幾乎都只是在強調自己的情感而已。例如，「かわいい」（可愛）一詞會故意說成「めっちゃ、かわいい」（超可愛）。運用這些強調語氣的背後，實際上是希望對方能體會、瞭解自己的心情，或者向對方傳達自己是持相同意見的。另外，日本年輕人間的流行用語也可常看到擬聲語及擬態語的出現。客觀而言，即使不使用這些擬聲、擬態語也能正確傳達自己想說的話，但年輕人會偏愛這些擬聲、擬態語的原因，就是要借用其獨特的性質－表達感受。一般用語太過理性，無法像擬聲、擬態語完整傳達出當下的感覺。年輕人在流行語中加入這些用語，就是為了能將自己的心聲訴諸感性。
- （三）創造新意（遊びたい）：因為年輕人總是好奇心旺盛，所以有時候也會藉著故意使用大家不太熟悉的古語或方言來玩語言遊戲，創造出一些新鮮的感覺。

⁶²在綜藝節目中，由曹蘭及姚黛瑋所飾演的一對賣檳榔的姊妹。一身誇張的造型及不標準的國語，讓許多觀眾都印象深刻。其後，只要是一起賣檳榔的姊妹就會被冠上這個名稱，而「～姊妹花」的用法仍一直沿用至今，例如，「木瓜姊妹花」、「黑美人姊妹花」等。

⁶³山口仲美（2007）『若者言葉に耳をすませば』，東京：講談社。

(四) 自我表現(かっこうよくいきたい)：年輕人多偏好使用搞笑的手法來傳達意思，像是上廁所時，在同性之間可能會出現很誇張的用語，例如「膀胱要破掉了」。像這樣譬喻手法的年輕人用語往往是為了博君一笑。如果在團體中能夠成為搞笑的角色，自然就是朋友間的人氣王。而裝酷或裝帥也是年輕人突顯自我特質的方式，例如在提到「カップラーメン」(泡麵)時，日本年輕人流行用語會使用「CR」來代替，這是各取兩個單字的第一個子音而組成的省略用語。讓人誤會其有高級的感覺，而說穿了只是一個很普通的東西。有時候故意使用一些明明不存在的英文外來語也是同樣的道理。

(五) 避免衝突(傷つきたくない)：年輕人用語中有一些其實是不必要的連詞或語意模糊的用語，是爲了利用其婉轉的表現手法。例如「～とか」(～之類的)或是「なんか」(似乎)，都是爲了讓語氣變得委婉一些，以防尖銳用語刺傷別人或讓自己受傷。

上述的流行語特質讓我們充分瞭解，時下年輕人使用流行用語時的心態。尤其是前述第二點，使用強調語氣的誇大表達尤爲凸顯。例如，台灣年輕人常使用的「超～」、「爆～」等。至於，擬聲、擬態詞用語方面，像是「打破」指接吻的意思，其中的「破」這個字就是屬於擬聲詞；形容膚質滑嫩細緻的「水嫩嫩」則是擬態詞。而縮減詞之中，又以字母詞最受歡迎，例如，「SDD」意指「水噹噹」。另外，年輕人也常使用發音相近的數字詞，像是使用 MSN 聊天時常會以「88」或「881」代替再見的「掰掰」。由此可見年輕人總想創造新意、表達自我，因而創造出許多流行詞彙、形成一股新詞彙、新思維。

在研究過上述許多流行詞相關的前人文獻之後，筆者統整出本論文欲定義之流行詞的特徵如下：

- ① 流行詞是順應時代潮流，反映當代社會現象、文化背景及特色下所產生的詞語。
- ② 流行詞會透過電視、報章雜誌、網際網路等傳播媒體迅速散播開來。

- ③ 使用流行詞語的多為一些特定的族群，他們藉此獲得同儕間的認同感。其中又以年輕族群最常使用流行詞，他們對這類新穎詞彙具有極高的敏銳度與觀察力。
- ④ 流行詞多為一時性的。當其所代表的事物消失時，該流行詞也會漸漸消失蹤影。

第四節 外來流行新詞的屬性特徵

本研究中擬探討的日文流行新詞定義應是：「盛極一時、朗朗上口的流行詞，且目前仍在使用，甚至仍在孳生中的新詞。」例如，從日文「御宅族」變來的「宅男」或「宅女」，現在已衍生出多種不同詞性及用法，像是形容詞的「很宅」、動詞的「宅」在家、名詞的「宅宅」、「阿宅」等。

根據前三節的文獻分析整理，筆者條列出以下與詞彙相關的屬性特徵，除了列出提及該屬性特徵之前人文獻外，並以前人文獻及本論文對新詞、外來詞、流行詞的定義，逐一判斷其是否符合該項屬性特徵。下列表格的標示方法，以「○」代表符合，以「△」代表大致符合，以「×」代表不符合。

表 6 新詞、外來詞、流行詞的屬性特徵驗證

屬性特徵		相關前人文獻	新詞	外來詞	流行詞
1	新事物、新概念的表達	蔣、湯、吳、張、姚、王、許、呂、稻、楊、陳、朱	○	○	△
2	曇花一現，時尚性	湯、呂、熊、稻、陳	○	△	○
3	舊詞新解	塗、陳、朱	△	×	△
4	反映文化背景及社會現象	呂、稻、王、吳、許、楊	○	△	○
5	外來事物經借詞進入本地	蔣、塗、楊、田、黃、張、王、朱	△	○	△
6	詼諧性	吳、熊、稻、許	×	×	○
7	偶發性	湯、稻、楊	○	×	○
8	代言功能	稻	△	△	○
9	代表社群共識、認同感	湯、呂、熊、王、山、許、塗、稻	×	×	○

	屬性特徵	相關前人文獻	新詞	外來詞	流行詞
10	自我表現	許、山	×	×	○
11	透過傳媒擴散	蔣、塗、許、楊、湯	○	○	○
12	表達情感	山、楊	×	×	○
13	創造新意	山、塗、許、王	×	×	○
14	衍生變化	湯、窪、吳、楊	○	△	○
15	避免衝突	山	×	×	△

資料來源：筆者自行整理

蔣：蔣英豪、湯：湯廷池、吳：吳錫德、張：張瓊玲、姚：姚榮松、王：王敏東+陳錦怡、許：許斐綯、呂：呂昭慧、稻：稻垣吾彥、楊：楊承淑、熊：熊忠武+陳芳+馮皓、塗：塗振洋、陳：陳錦怡、田：田惠剛、黃：黃宜範、山：山口仲美、窪：窪藹晴夫、朱：朱曉雲。

由表 6 的統整，可對本論文欲探討的「日語外來流行新詞」下一完整註解。新詞、外來詞及流行詞在屬性特徵上，呈現完全一致性的是第 11 項的「透過傳媒擴散」，因此，筆者使用報紙為語料的觀察對象，並輔以網際網路為檢驗的工具，實屬於正確的語料蒐集管道。另外，同一屬性特徵中，若新詞、外來詞及流行詞的符合情形為兩個「○」及一個「△」者，代表其確實符合本論文所要探討之「日語外來流行新詞」的屬性特徵，包括「新事物、新概念的表達」、「曇花一現，時尚性」、「反映文化背景及社會現象」、「衍生變化」等四項。唯第 5 項的「外來事物經借詞進入本地」，雖只出現一個「○」，但因本論文研究的詞彙皆為日本外來的，所以該屬性特徵具有絕對的必要性，此點是無庸置疑的。而因為筆者針對年輕人一大學生實訪問卷調查，故第 9 項「代表社群共識、認同感」及第 10 項「自我表現」，皆是代表年輕人的流行詞特徵，也應納入本論文的考量範圍內。因此，前述表 6 中以灰色網底所標示的 8 項屬性特徵，就是本論文對「日語外來流行新詞」的定義。以下的第三、四章將從大量語料中，實際驗證這些日文外來詞彙是否符合上述特徵。

第三章 研究方法及語料探討

本章將分別利用三種不同的方式，來蒐集各種日文外來流行詞的語料，包括三家電子報的語料檢索、針對國內的日文系大學生實施問卷調查、前人文獻曾提及之日文語料等。除分別觀察這三種語料的特性之外，也互相比較探討三者的異同、統整出本論文的關鍵字總表，並歸納日文外來流行詞在使用意義上的分佈情形。

第一節 報紙語料蒐集

本文所要探討的是台灣時下流行的日文外來新詞，故實際蒐集這些語料自然成為論文不可或缺的一部份。在決定該用何種工具作為語料蒐集的對象時，筆者曾經參考前人文獻中所利用的詞彙來源，以仔細評估各類媒體中的流行新詞。首先，以雜誌作為語料蒐集對象的王國齡（2003），從一些以年輕人為主要讀者的日系流行雜誌中，找到大量的日文借用語。但是，雜誌通常是鎖定特定的內容及分類而製作的書刊，像是女性流行雜誌大都介紹彩妝、服飾等內容；而如果是汽車雜誌的話，內容就更為集中了。因此，雜誌的用語會侷限在某些主題範圍內，故筆者不將其列入考慮。

另外，前人文獻中，以辭典或書籍作為語料來源的不在少數。例如，吳致君（1995）及張瓊玲（1998）都是以高名凱、劉正琰等編纂的《漢語外來詞詞典》⁶⁴為參考資料。王敏東及陳錦怡（2002）則以教育部《新詞釋義彙編》一附錄「流行語」⁶⁵中，與日

⁶⁴高名凱、劉正琰等，《漢語外來詞詞典》，香港：商務，1985。

⁶⁵教育部國語推行委員會，《新詞釋義彙編 1、2》，台北：教育部，1998、2000。唯附錄「流行語」中介紹的詞彙以數字流行語、中英略語流行語、中文流行語等為大宗。

本相關之流行語為研究對象。而姚榮松（1991）所探討的語料是 1981 年在台出版的《國語日報外來語辭典》。辭典或書籍中收錄的詞彙固然較多，但其中也有將近 30 年前的文獻，所以當中收錄的詞彙可能也有不再流行的現象。

雖然，網際網路看似是一個不錯的選擇對象，因為它聚集了所有最流行、最先端的情報資訊。但是，沒有章法可言也是網際網路的特色，所以無論是誰寫的東西，我們都能隨時在網際網路上見到。因此，網際網路的內容及用語雖然十分創新，但其汰舊換新的速度也快，所以較無穩定性。楊承淑（2009）在〈新詞與新詞翻譯：剖析及對應〉中，針對特定新詞在網際網路上檢索到大量的詞彙，我們可藉此瞭解網際網路的確適合做為研究「新詞」時的語料對象，但對於要找出流行語使用程度及融入譯語的規律則較不適用。故本論文仍以報紙所出現的詞彙做為討論的語料，而網際網路則當作再次檢驗或搜尋相關例句時的輔助工具。

電視節目、廣告或新聞與網際網路有雷同之處，即是皆包含大量的新資訊及新用語。但是，畢竟電視多為日常口語，要找出已經穩固定型的用法並非易事。況且，若要進行電視節目或新聞語料蒐集，勢必要大費周章地將每天所有的節目錄影存檔，實在浪費時間又不符合經濟效益。這也可能就是前人文獻中未有專以電視為語料研究對象的原因。而杜珮宜（2005）⁶⁶雖有提到「日本情境式廣告」在台灣電視頻道中出現的情況，但也僅止於九支廣告的出現次數及長度的統計，並未對廣告中出現的日文流行用語加以探討、分析。

仔細比較分析上述新詞來源之後，筆者認為新聞報紙的內容包含社會現象、國際情勢、影視消息、休閒生活等，所以不像雜誌只侷限在某一範圍之內。且因為報紙是每天出刊，可以掌握最新的流行狀況。另外，報紙用語經過專業編審者的去蕪存菁，比起網際網路更具穩定性及可信度。故出現在報紙內的流行用語大都是比較穩定使用

⁶⁶ 杜珮宜所提及的資料來源：《突破雜誌》，1999 年 12 月。

的詞彙，也才能符合本論文所探討的研究方向。而報紙以文字方式呈現，比電視節目或新聞更助於語料的快速蒐集。以上就是筆者最後決定選取新聞報紙作為語料來源的主要原因。

筆者選取了目前常見的三家報紙作為蒐集的對象，也就是中國時報、自由時報及聯合報。語料蒐集期間為 2008 年 7 月至 12 月共六個月，計算在這期間內，來自日文的詞彙所出現之總次數。而為求能更快速、精準地蒐集語料，筆者利用此三家報社的電子報功能，直接進入各家電子報的網頁，輸入關鍵詞逐一檢索詞彙，以提升蒐集的效率。

筆者於電子報網頁上輸入的關鍵字，除了從報章雜誌、網際網路、電視等各類媒體中所汲取的詞彙用語外，前人文獻中提及且現在仍舊廣泛使用的詞彙，也列入檢索對象。例如，王敏東與陳錦怡（2002）、塗振洋（2001）、佐藤（1996）、王國齡（2003）、賴異匯（2006）、陳俊丞（2006）、杜珮宜（2005）等人的研究中，都提出不少日文外來詞彙，這些詞彙皆是筆者在檢索報紙語料時的參考基準。以下表 7 就是筆者所檢索的 72 個日文詞彙，僅列出三家報紙的檢索結果筆數總和。

表 7 電子報語料檢索總筆數一覽表

詞彙	總計	詞彙	總計	詞彙	總計	詞彙	總計
人氣	2034	外食	258	歌姬	117	油切	30
料理	1876	上手	236	小物	117	霜降	26
達人	1218	寫真	235	素顏	113	映畫	18
泡湯	719	學園	229	特選	112	賞味期限	15
宅男	515	和風	221	花火	96	東洋風	14
少子化	514	合體	218	素人	93	一番	14
福袋	443	輕食	214	高校	88	殘念	13
看板	415	嚴選	205	物語	75	激辛	12
宅配	409	初體驗	202	均一	75	美形	9
變身	407	援交	187	純愛	67	暴走	4
單品	402	放送	182	藝能	63	屋台	3
好評	401	野菜	179	女優	61	元祖	3
大作戰	382	注目	171	M 型化	53	期間限定	3

詞彙	總計	詞彙	總計	詞彙	總計	詞彙	總計
熟女	308	宅女	165	同人	52	新發賣	2
最終	301	燒肉	151	鐵板燒	46	豚骨	2
限定	295	美少女	149	定食	39	番外篇	2
元氣	279	爆笑	146	滿點	36	有料	2
素材	275	熟男	136	居酒屋	35	花見	1

資料來源：中國時報、聯合報、自由時報。(筆者自行彙整)

以上詞彙的詳細檢索結果請見本論文頁 119「附錄 1—報紙語料檢索結果」。共計有 72 個日文外來流行新詞，每一個詞彙除分別列出三家不同報紙的個別筆數外，也加總了三家報紙的檢索結果筆數，按照由多至寡的方式排序。而每一個詞彙也實際列舉出報紙內文的 3 個例句以利檢驗。

另外，在蒐集語料的同時，筆者也針對三家報社使用這類日語流行詞的頻率及現象進行觀察。由於三家報紙的筆數是分別檢索及統計，故可看出同一詞彙利用不同報紙檢索時，所得到的筆數總和差異。若仔細觀察這些數據，會發現聯合報與另外兩家報紙相比，相對地使用較多這類日語外來詞。例如，統計結果出現總筆數最多的「人氣」一詞，其中聯合報就有 899 筆，佔了約 44%；自由時報是 609 筆，佔了約 30%；筆數較少的則是中國時報的 526 筆，佔約 26%。此外，也有聯合報筆數超過 50% 的例子（例如：「達人」、「元氣」、「宅配」等），可見聯合報在新聞用語中，對於日語外來詞較不排斥。

在上述語料來源之外，為增加語料筆數，並保持語料的客觀性，筆者以台灣的文系大學生為對象，蒐集了更多的日文流行詞語料。語料蒐集的結果統計及分析，將於下一節詳述，並互相比較本節報紙語料與問卷結果的異同。

第二節 問卷語料

爲求本論文語料的客觀性，並增加檢索詞彙量，筆者以國內的大學日文系三、四年級生爲對象，利用問卷方式調查大學生所認知的日文流行詞。因爲就讀日文系的大學生在學習日語一段時間後，會對中文裡的日語外來詞較具敏銳的觀察力，尤其又以高年級的學生理解度較高。如果只是針對一般的年輕人或是非日文科系的大學生做調查，恐怕會產生問道於盲的現象。這就是筆者爲何選擇以日文系學生作爲問卷調查對象的理由。

爲使接受調查的大學生們能明確瞭解本問卷的意義及填寫方式，筆者將下列內容附在問卷上面，作爲問卷填寫前的說明。

表 8 問卷填寫說明範例

論文主旨與研究動機：

哈日風潮在台灣行之有年，在日常生活中的報章雜誌、網際網路等各類媒體中，常可看到許多來自日語的詞彙。這些轉借自日文的流行詞，無論是透過翻譯，或未經翻譯而直接借用，已隨著哈日風潮根深蒂固於台灣人的日常流行用語中。

由於意識到台灣社會中大量使用這類「日語外來詞」，甚至許多詞彙來到台灣已有一段時日，而且在廣泛、頻繁地使用之後，轉變或衍生出符合譯語語法規則的新詞彙。我們平時看似稀鬆平常的使用這些詞語，卻早已忘記甚或不知道其實則源自於日文。此有趣的現象引發筆者對這些詞彙用語的研究動機。

本論文欲探討時下台灣年輕人所使用的來自日語外來詞之流行用語。除了追本溯源探究日語外來詞在原文中的形態內容及意義外，並探討這些詞彙被借到台灣之後，在內容、意義上是否產生變化，有無衍生轉化出其他意涵及用語。

本問卷以就讀國內日文系三、四年級的大學生對象，因爲已經學習日文一段時間的人，會對這類詞彙具備一定的敏銳度。大家提供的詞彙將作爲本論文研究語料的參考，進一步利用報紙或網際網路實際檢索該詞彙的使用情形。

填寫方式：

從日常生活中看見、聽見、或是自己在使用的流行用語中，請寫出至少 10 個您認爲它是來自日文的詞彙，並盡可能附上意義說明及例句。無論是「借形詞」或「借音詞」皆可填寫。「借形詞」就是直接借用日文漢字放進中文裡，並以中文發音的詞彙。例如，「合體」、「達人」、「素顏」等。而「借音詞」則是如「卡哇伊」（かわいい）、「拖拉庫」（トラック）這一類直接模仿日文發音，並選用中文內發音相近的字來書寫的詞。

本次調查對象的日文系大學生分別為，東海大學 52 人、政治大學 45 人、輔仁大學 73 人，共計 170 人。大學生每人至少提供 10 個以上的詞彙。經統計後得出結果如下表，除按照出現次數由多至寡依序排序外，利用網底分層標示次數以求一目了然。標示灰色網底的分層為 104~60 次、25~15 次、10~8 次、5~3 次。

表 9 日文外來流行詞問卷統計結果

詞彙	次數	詞彙	次數	詞彙	次數
達人	104	甘巴爹	63	宅男	61
(御)便當	61	萌	60	阿宅(宅)	59
人氣	54	同人誌	50	卡哇伊	46
拉麵	41	一番	38	宅女	37
~燒 ⁶⁷	32	元氣	31	蘿莉	30
激安	29	干物女 ⁶⁸	28	新發賣	28
正太	25	腐女 ⁶⁹	23	泡湯	22
KUSO	21	敗犬 ⁷⁰	20	超~	20
一級棒	20	紅不讓	19	友達	19
~控 ⁷¹	16	沙西米	16	女優	15
御宅族	15	定食	14	痴漢	14
~丼 ⁷²	13	壽司	13	残念	13
援交	13	入荷	12	甜不辣	12
人妻	12	奇檬子	11	暴走(族)	11
哇沙米	11	HIT	10	歐巴桑	10
御守	10	紅豆泥 ⁷³	9	素顏	9
少子化	9	素人	8	王道	8
和風(式)	8	捏他(ネタ) ⁷⁴	8	看板	8
株式會社	7	宅急便	7	花火	7
油切	7	療傷系	7	戀人未滿	6
馬鹿	6	限定	6	涮涮鍋	6
抹茶	6	小尻・美尻	6	超人氣	6
宅配	6	聲優	6	菓子	6

⁶⁷ 例如，大阪燒、章魚燒等。

⁶⁸ 干物女(ひものおんな)，也稱「魚乾女」。該詞來自日本漫畫《螢之光》，指對戀愛提不起勁，認為很多事情都麻煩，而湊合著過日子的二十多歲女性。

⁶⁹ 腐女(ふじょ)，意指對男同性戀情具有遐想的女生。

⁷⁰ 負け犬(まけいぬ)，來自酒井順子的《敗犬的遠吠》一書。形容即使再美麗能幹的女人，若是過了適婚年齡仍維持單身，就是一隻敗犬。

⁷¹ Complex，指對某種人事物有特殊情結。

⁷² 例如，牛丼、親子丼。

⁷³ 日文是「本当に」的意思。

⁷⁴ 「捏他」一詞音譯自日語的「ネタバレ」。或稱「捏它」。意指不小心透露劇情內容、破梗。

詞彙	次數	詞彙	次數	詞彙	次數
腹黑 ⁷⁵	6	仙貝	5	烏龍麵	5
拖拉庫	5	沙米素(サービス)	5	定番	5
寫真	5	部落格 *	5	燒肉	5
～系	5	居酒屋	5	漫畫	4
笑顏	4	見習 ⁷⁶	4	塌塌米	4
歐兜賣	4	派遣	4	入手	4
古著	4	社長	3	BL、GL ⁷⁷	3
柏青哥	3	鬼洗	3	乾杯	3
嚴選	3	職人	3	熟女	3
～風	3	運將	2	瓦斯(台語)	2
先輩	2	人形	2	莎叻娜啦	2
藝妓	2	料理	2	～滿滿	2
山女壁女	2	馬殺雞	2	應援團	2
高校	2	沙瓦	2	賞味期限	2
～廚 ⁷⁸	2	空港	2	口座	1
野菜	1	素材	1	偏差值	1
赤字	1	COSPLAY	1	109 辣妹	1
大丈夫	1	番組	1	忍者	1
無雙	1	熱血	1	甲子園	1
無料	1	新幹線	1	樂天	1
番號	1	放送	1	花嫁	1
大賞	1	數獨	1	自慢	1
美男子	1	花見	1	純愛	1
大好評	1	放題	1	獨賣	1
豚骨	1	顏文字 *	1	野球	1
指輪	1	法人	1	雜誌	1
喫茶	1	水玉	1	歐嗨叻	1
納豆	1	特別演出	1	看護	1

資料來源：東海大學、政治大學、輔仁大學日文系學生，筆者自行整理製表。

上述加註「」的詞彙在筆者的求證後，不符合本論文語料對象的要求，故予以刪除。「部落格」應來自英文之「BLOG」。另外，「顏文字」一詞，現在應該多直接使用「表情文字」。故上述三個詞彙不列入後續討論。

從上列表格可看出，現在年輕人所使用、或接觸過的日文外來詞彙可說五花八

⁷⁵ 來自日語的「腹黒い」。通常用來指表面溫和，卻內心奸詐或有心計的人。亦即中文裡的「笑裡藏刀」。

⁷⁶ 「見習」應是來自於日文之「見習い」。

⁷⁷ BL 即 Boy's Love 的縮寫，為創作的一種類型。指由愛好此事物之作者，創作給同樣愛好此事物之讀者看的「男同性戀」作品。而 GL 則指 Girl's Love。

⁷⁸ 來自日文「中坊」的隱語「廚房」一詞，日文原義指針對「行為與發言幼稚的使用者」的蔑稱。但在中文裡的用法變成了對某種事物狂熱的人之代稱。

門。而且，這些詞彙所使用的內容範圍也極為廣泛，除了常見的飲食用語佔大多數外，也包含社會、生活、評價等方面的用語。為求瞭解現今流行於年輕族群中的日文用語類型，筆者進一步把上列表格的詞彙依照人際意義、情態意義（含評價）、群體意義、社會意義、及生活意義（食衣住行）等語意及語用功能，分成以下五大類。

表 10 問卷語料之語用意義分類

使用意義	詞彙
人際意義	友達、先輩、人妻、花嫁（共計 4 個）
情態意義 （含評價）	甘巴爹、人氣、卡哇伊、一番、激安、一級棒、KUSO、紅不讓、超～、残念、HIT、奇檬子、元氣、～控、王道、超人氣、小尻・美尻、定番、笑顏、捏他（ネタ）、激～、療傷系、腹黑、敗犬、戀人未滿、～滿滿、偏差值、樂天、自慢、純愛、熱血、鬼洗、限定、馬鹿、～系、～風、大丈夫、無雙、大好評、紅豆泥、嚴選、萌、放題、和風（式）（共計 44 個）
群體意義	宅男、宅女、阿宅（宅）、正太、達人、御宅族、蘿莉、暴走（族）、干物女、歐巴桑、腐女、BL・GL、素人、痴漢、熟女、應援團、109 辣妹、忍者、COSPLAY、山女壁女、～廚、美男子、女優、聲優、藝妓（共計 25 個）
社會意義	同人誌、新發賣、援交、看板、少子化、入荷、株式會社、社長、派遣、入手、法人、特別演出、番組、甲子園、讀賣、放送、高校、赤字、無料、番號、大賞、職人、見習、沙米素（サービス）、口座（共計 25 個）
生活意義	（御）便當、拉麵、泡湯、定食、沙西米、甜不辣、素顏、壽司、油切、御守、花火、哇沙米、宅急便、寫真、宅配、抹茶、拖拉庫、漫畫、烏龍麵、仙貝、涮涮鍋、柏青哥、塌塌米、歐兜賣、運將、瓦斯、菓子、人形、料理、野球、指輪、雜誌、～井、喫茶、古著、水玉、納豆、看護、燒肉、乾杯、賞味期限、花見、野菜、數獨、新幹線、空港、素材、沙瓦、馬殺雞、豚骨、莎叻娜啦、歐嗨呦（共計 52 個）

資料來源：筆者自行整理

觀察上述問卷統計得來的日文外來詞，可瞭解流行於年輕人之間的詞彙，以表現食、衣、住、行、娛樂等生活類詞彙為大宗。其次依序為表示評價或主觀感情的情態意義，代表族群或是認同感的群體意義、及反映社會現象的社會意義同樣列居第三，最後才是詞彙數量明顯佔少數，代表稱謂等交流互動的人際意義詞語。

以下，分別依序探討上面表 10 的五大類詞彙。首先，第一類「人際意義」的問

卷結果筆數非常少，這是因爲人際關係的稱謂用語多爲固定的，很難產生改變。或是在台灣本來就無類似的實際稱呼用法時，自然不會將該詞引入。只有如「人妻」或「花嫁」等詞語會因爲電視、電影的傳播而進入本地。

第二類的情態意義又可細分爲如下三種：

1. 舊瓶新酒：指原本在中文裡就有相同意義的詞彙，只是以日語中同樣意思的詞彙取而代之。因此，雖然是不同的詞彙，實則代表相同意義。例如，以「激安」表示「很便宜」，以「超人氣」代替「受歡迎」等。
2. 新義新詞：這類詞彙不僅是新詞，也爲譯語系統帶來了全新的意義。例如，「小尻」或「美尻」的「尻」一字，雖然在中文裡確有此字，其發音讀作「ㄅㄞ」⁷⁹，但是我們平常並不會使用這個字，而是以「屁股」稱之。近來，某些牛仔褲廣告則直接借用日文的漢字，讓消費者覺得有新鮮感，也使得社會大眾間接地認識這類日本外來的新義新詞。
3. 音譯新詞：這一類多爲譯音詞，像是「卡哇伊」、「一級棒」或「紅不讓」等。雖然是直接借用日文發音，但是利用發音相近，或是以稍可感受、聯想的中文字標示，形成一種新風格的流行詞。

另外，情態意義的詞彙多具有評價性質，下表再將其分爲正面評價及負面評價，評價標準以台灣的使用情形爲基準。

表 11 情態意義詞彙的評價分類

評價	詞彙
正 面	甘巴爹、人氣、卡哇伊、一番、激安、一級棒、紅不讓、HIT、元氣、王道、超人氣、小尻・美尻、定番、笑顏、～滿滿、樂天、自慢、純愛、熱血、限定、大丈夫、無雙、大好評、嚴選、放題、萌、和風（式）
負 面	殘念、～控、療傷系、腹黑、敗犬、戀人未滿、偏差值、馬鹿
中 性	捏他（ネタ）、鬼洗、～系、～風、紅豆泥、奇檬子、超～、激～、KUSO

資料來源：筆者自行整理

⁷⁹ 說文解字：「尻，臀也。」段玉裁・注：「臀，今俗云屁股是也。」

由上列的表格可以看出，屬於正面評價的詞彙較多。其中，又包含大量的廣告或宣傳用語，例如，「超人氣」、「限定」、「大好評」、「嚴選」等。由此可見，年輕人多會利用各類媒體來吸收、認識這類日文外來詞彙。

群體意義的詞彙多是用來形容具有某種共通性的特定群體或人物，但是，如果對於該族群或人物的特徵不甚瞭解時，較難從字面去判讀其實際的語意。而這類詞彙中，絕大多數來自漫畫或卡通的人物或事件，例如，「正太」、「蘿莉」等，都是卡通動畫及漫畫迷最熟悉的詞彙，如果對於動漫沒有一定的認知，就可能無法理解這些詞彙的意涵。

在社會意義的詞彙方面，台灣與日本的社會現狀有不少相似之處，故也有一些詞彙會因此而進入本地。例如，兩地商務往來頻繁，台灣不僅有大量的日商公司，像是「株式會社」這類的詞彙也都能直接借用並為大眾接受。另外，現今的社會瞬息萬變，許多沒有發生過的新生事物及新現象出現時，就會產生新的詞彙，而當此現象及詞彙在台灣尚未出現的話，大家就只能將該日文詞彙直接借用了。例如，來自日本的「援交」一詞，較早以前台灣尚未有援助交際的現象時，只能借用日文漢字直接使用了。

台灣的哈日現象十分普遍，許多與生活息息相關的事物又都從日本進口，因此，本問卷結果中，生活意義的詞彙佔壓倒性多數。筆者進一步將生活意義的詞彙細分成以下的食、衣、住、行、其他（育樂、日常活動等）共五種。

表 12 生活意義詞彙分類

資料來源：筆者自行整理

分類細目	詞彙
食	（御）便當、拉麵、定食、沙西米、甜不辣、壽司、油切、哇沙米、抹茶、烏龍麵、仙貝、涮涮鍋、菓子、料理、～丼、喫茶、納豆、燒肉、乾杯、賞味期限、野菜、沙瓦、豚骨（共計 23 個）
衣	古著、水玉（共計 2 個）
住	塌塌米、瓦斯（共計 2 個）
行	拖拉庫、歐兜賣、運將、新幹線、空港、宅急便、宅配（共計 7 個）
其他	泡湯、御守、花火、漫畫、柏青哥、野球、雜誌、花見、數獨、馬殺雞、寫真、人形、素材、看護、莎呦娜啦、歐嗨呦、素顏、指輪（共計 18 個）

在生活意義的詞彙中，以食物類的筆數獨占鰲頭。這或許是因為多數台灣人秉持著「民以食為天」的觀念，喜歡嘗試各地美食，所以街頭四處可見各種異國料理餐廳。而日本料理當然也是受到許多台灣人青睞的異國料理之一，故與日本料理相關的各類詞彙紛紛進入台灣並廣為流傳。下面再把生活意義類中，筆數最多的 23 個與食物相關的詞彙，依食材名稱、料理方法及食用方式來分類，得出結果如下表 13。

表 13 生活意義中的食物相關詞彙分類

分類	詞彙
食材名稱	哇沙米、抹茶、納豆、野菜、豚骨、甜不辣（共計 6 個）
料理方法	沙西米、壽司、油切、涮涮鍋、燒肉、沙瓦、拉麵、烏龍麵（共計 8 個）
食用方式	（御）便當、定食、仙貝、菓子、料理、喫茶、乾杯、賞味期限、～井（共計 9 個）

資料來源：筆者自行整理

從上表 13 可以看出，台灣除了引進各類日本料理用的食材之外，也會複製日本的料理方法及食用方式，所以才會有各式各樣的詞彙不斷地進入台灣，並成為大家耳熟能詳的詞語。以下，依照前述表 10（頁 37）語用意義的分類方式，再將上一節中筆者所蒐集到的電子報語料做屬性分類，得出結果如下表 14。從中可以觀察電子報語料與大學生問卷結果的差異。

表 14 電子報語料的語用意義分類

筆者由電子報所蒐集的詞彙	
使用意義	詞彙
人際意義	（共計 0 個）
情態意義（含評價）	人氣、好評、大作戰、最終、元氣、上手、合體、嚴選、初體驗、注目、爆笑、特選、純愛、滿點、一番、殘念、暴走、限定、期間限定、激辛、美形、和風（共計 22 個）
群體意義	達人、宅男、熟女、宅女、美少女、熟男、歌姬、素人、女優、同人、元祖、東洋風（共計 12 個）
社會意義	少子化、學園、援交、放送、高校、均一、藝能、M 型化、有料、新發賣、看板（共計 11 個）
生活意義	料理、泡湯、福袋、變身、單品、素材、寫真、輕食、野菜、燒肉、小物、花火、物語、鐵板燒、定食、居酒屋、油切、霜降、映畫、賞味期限、屋台、豚骨、花見、番外篇、宅配、素顏、外食（共計 27 個）

資料來源：中國時報、聯合報、自由時報，筆者自行整理

從上述的表 10 及表 14，比較本節的大學生問卷及前一節的報紙檢索結果，其共通性是在使用意義上，以生活意義的詞彙最多。由此可見，能進入台灣並為大眾接受的日文外來流行新詞，仍以與我們生活息息相關的詞彙為主。而兩者的不同之處則是，以代表年輕族群的大學生為對象的問卷語料，除了出現大量的網際網路新穎用詞，說明年輕人受網路影響之深的特性外，其中更存在大量的動漫用語，這是與報紙檢索語料的最大差異性。因此，大學生的問卷結果顯示，年輕族群偏好使用網際網路及動漫流行用語，藉此拉近與同儕間的距離，並表明自己屬於該團體一份子的傾向頗為明顯。這也與上一章分析的外來流行新詞之屬性特徵中，年輕人流行用語的「代表社群共識、認同感」之特色相互呼應。

第三節 報紙、問卷及前人文獻語料之對比分析

本節將針對前人文獻中提及的日文外來詞彙、日文系大學生的問卷語料、及筆者在電子報上搜尋到的日文外來流行新詞，比較此三者的詞彙屬性異同。以下，即按照第二節的屬性分類方式，先把 7 筆前人文獻所提及的詞彙依語意及語用功能分類如下表。其中，前人文獻的語彙，將以標註記號的方式表示該詞彙的出處。略稱方式分別為：杜（杜珮宜）、陳（陳俊丞）、佐（佐藤圭司）、賴（賴巽匯）、王（王國齡）、敏（王敏東及陳錦怡）、塗（塗振洋）。

表 15 前人文獻語料的語用意義分類

前人文獻所提及的詞彙								
使用意義	詞彙	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
人際意義（共計 1 個）	阿娜達		○				○	
情態意義（含評價） （共計 18 個）	百分百						○	
	變身						○	
	必殺技						○	
	條碼頭*						○	

	詞彙	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
情態意義（含評價） （共計 18 個）	靈異照片＊						○	
	紅不讓				○		○	
	奇檬子		○		○		○	○
	小叮噹型＊						○	
	閒閒美代子＊						○	
	超～						○	
	超人氣					○	○	
	失格		○	○	○		○	
	熱血	○					○	
	人氣	○	○	○			○	
	阿沙力		○	○			○	○
	放題		○		○			
	HIT						○	
	美形					○		
	卡哇伊		○			○		○
	初體驗		○			○		
	快適					○		
	～風	○		○				
群體意義（共計 20 個）	日客＊						○	
	惡女	○					○	
	配送員					○		
	安室						○	
	媽媽桑		○					
	氣質美女					○		
	美少女						○	
	單身貴族＊			○			○	
	素肌美人		○			○		
	俳優		○					
	鐵人		○			○		
	～族			○				
	女子高生					○		
	OL	○				○		
	素人		○			○		
	歌姬		○			○		
	藝能人		○	○		○		
	電視鐵人					○		
	達人		○		○			
	癡漢		○					
社會意義（共計 24 個）	話題女王		○			○		
	天敵						○	
	地下商店		○	○		○		
	決選					○		

	詞彙	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
社會意義（共計 24 個）	流通		○			○		
	半額					○		
	買氣		○	○		○		
	新登場		○			○		
	大賞					○		
	全人教育					○		
	學園		○			○		
	新聞記事					○		
	高校		○			○		
	社長					○		
	社員		○			○		
	職人		○			○		
	養成		○			○		
	限定販賣		○			○		
	料理人					○		
	卒業	○	○			○		
	援交	○	○			○		
	～元均一					○		
	新規					○		
	物流		○			○		
	商談		○			○		
	創業祭					○		
生活意義（共計 28 個）	居酒屋		○			○		
	拖拉庫				○		○	
	拉麵		○			○		
	運匠		○	○	○	○	○	○
	黑輪		○		○		○	
	假面	○					○	
	賤狗＊						○	
	松坂牛					○		
	定食		○	○		○		
	買物					○		
	建物		○	○		○		
	薄口醬油		○			○		
	量販店		○			○		
	可樂餅		○			○		
	部屋		○			○		
	炭火咖啡		○			○		
	鐵板燒			○		○		
	精米					○		
	食材		○			○		
	洗劑					○		

	詞彙	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
生活意義（共計 28 個）	福袋		○			○		
	收納					○		
	泡湯					○		
	激辛					○		
	玉子		○			○		
	懷石料理		○			○		
	煮物					○		
	小物		○			○		
	番外篇		○			○		

資料來源：筆者自行整理

上述加註「」的詞彙，因為是依日文原意翻譯成中文的詞彙，既不是借音詞，也不是借形詞，並不符合本論文語料對象的要求，故擬加以排除並不計算在筆數結果內。

觀察前人文獻中提及的日文外來詞彙，再與日文系大學生的問卷語料（頁 37 的表 10）比較，發現利用語用屬性分類得出的結果，兩者的分佈在社會意義及情態意義上，呈現相反的狀態。可見前人所使用的日文外來詞與現代年輕人間流行的詞彙範疇稍有差異，應是因為時代的變遷，造成流行詞彙不同，也產生了語用屬性範疇不同的現象。

以上，前一節的表 10、表 14、及本節的表 15，已分別將問卷結果、筆者自行蒐集的電子報詞彙、前人文獻的語料，依語用意義進行分類。其中，筆者與問卷的語料屬性皆符合「生活意義」>「情態意義」>「群體意義」≥「社會意義」>「人際意義」的分佈情況。而前人文獻語料的屬性分佈則為「生活意義」>「社會意義」>「群體意義」>「情態意義」>「人際意義」。此現象可印證儘管在不同的年代，會產生不同的詞彙用語，但生活用語相關的外來詞彙仍是最多數。另外，前人文獻中的社會意義及群體意義多於情態意義，此點與筆者及問卷的結果不同。原因應為較早期的外來詞多是因為因應新出現的群體及社會現象，所以這類詞彙被借用的情形才略多於情態意義的詞彙。而到了現代，則是針對已經出現的各種現象或族群做批判、給予評價，故情態意義用語的所佔比例才會增加。

以下，筆者再次將 7 份前人文獻語料、問卷語料、及筆者由電子報蒐集的語料統一製表，逐一統計每個詞彙在此 9 筆資料中出現的總次數，藉此作為本論文進一步探討的關鍵字總表。其中，出現 3 筆以上者將以灰色網底標示。

表 16 詞彙出現於各語料之次數統計

使用意義	詞彙	問	筆	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
人際意義 (共計 5 個)	阿娜達				○				○	
	友達	○								
	先輩	○					○			
	人妻	○								
	花嫁	○			○					
情態意義 (含評價) (共計 61 個)	百分百								○	
	嚴選	○	○		○			○		
	注目		○							
	爆笑		○			○		○		
	特選		○		○			○		
	笑顏	○								
	捏他	○								
	激～	○						○		
	激辛		○					○		
	放題	○			○		○			
	限定	○						○		
	療傷系	○								
	美形		○		○			○		
	腹黑	○								
	敗犬	○								
	最終		○		○			○		
	戀人未滿	○								
	～滿滿	○				○				
	偏差值	○								
	變身								○	
	必殺技								○	
	大丈夫	○								
	無雙	○								
	滿點		○				○	○		
	紅不讓	○					○		○	
	奇檬子	○			○		○		○	○
	甘巴爹	○			○			○		○
	一番	○	○				○			
	激安	○			○					
	KUSO	○								

	詞彙	問	筆	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
情態意義（含評價） （共計 61 個）	大作戰		○							
	一級棒	○			○	○		○		
	殘念	○			○					
	元氣	○	○		○		○			
	上手		○					○		
	合體		○							
	超～	○							○	
	超人氣	○						○	○	
	失格				○	○	○		○	
	熱血	○		○					○	
	人氣	○		○	○	○			○	
	阿沙力				○	○			○	○
	HIT	○							○	
	大好評	○	○		○			○		
	卡哇伊	○			○			○		○
	～控	○								
	紅豆泥	○								○
	王道	○								
	小尻・美尻	○			○		○			
	定番	○						○		
	初體驗	○	○		○			○		
	和風（式）	○	○		○			○		
	快適	○						○		
	～風	○		○		○				
	樂天	○								
	自慢	○						○		
	純愛	○	○		○			○		
	～系	○								
	鬼洗	○								
	萌	○								
	馬鹿	○								
群體意義 （共計 45 個）	正太	○								
	美少女		○						○	
	御宅族	○								
	蘿莉	○								
	暴走（族）	○						○		
	達人	○	○		○		○			
	宅男	○	○							
	宅女	○	○							
	媽媽桑				○					
	阿宅（宅）	○								
	天敵								○	

	詞彙	問	筆	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
群體意義 (共計 45 個)	熟女	○	○							
	熟男		○							
	惡女			○					○	
	安室								○	
	氣質美女							○		
	素肌美人				○			○		
	干物女	○								
	歐巴桑	○			○	○	○			
	配送員							○		
	腐女	○								
	BL・GL	○								
	癡漢	○			○					
	應援團	○			○		○			
	俳優				○					
	元祖		○					○		
	鐵人				○			○		
	～族					○				
	女子高生							○		
	女優	○	○		○					
	OL			○				○		
	素人	○	○		○			○		
	歌姬		○		○			○		
	聲優	○								
	同人		○							
	109 辣妹	○								
	忍者	○								
	COSPLAY	○								
	山女壁女	○								
	藝妓	○								
	～廚	○								
	藝能人				○	○		○		
	電視鐵人							○		
	美男子	○								
	話題女王				○			○		
社會意義 (共計 48 個)	地下商店				○	○		○		
	番組	○			○			○		
	甲子園	○								
	讀賣	○								
	職人	○								
	料理人							○		
	新聞記事							○		

	詞彙	問	筆	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
	放送	○	○		○		○	○		
	赤字	○								
	無料	○					○			
	買氣				○	○		○		
	新登場				○			○		
	番號	○					○			
	M型化		○							
	見習	○								
	有料		○							
	藝能		○		○	○		○		
	限定販賣				○			○		
	流通				○			○		
	決選							○		
	半額							○		
	全人教育							○		
	學園		○		○			○		
	高校	○			○			○		
	社長	○						○		
	社員				○			○		
	職人				○			○		
	大賞	○						○		
	養成				○	○		○		
	同人誌	○								
	新發賣	○			○			○		
	看板	○	○			○	○			
	少子化	○	○							
	沙米素	○								
	口座	○								
	入荷	○			○					
	株式會社	○			○	○	○			
	派遣	○								
	卒業				○			○		
	援交	○	○	○	○			○		
	～元均一							○		
	新規							○		
	物流				○			○		
	商談				○			○		
	入手	○								
	法人	○								
	特別演出	○								
	創業祭							○		
社會意義 (共計 48 個)	(御)便當	○			○	○	○	○		

	詞彙	問	筆	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
生活意義 (共計 83 個)	沙西米	○			○	○				
	甜不辣	○			○	○	○	○		
	素顏	○	○		○			○		
	油切	○	○				○			
	霜降		○		○			○		
	映畫		○		○			○		
	涮涮鍋	○						○		
	柏青哥	○			○	○				
	水玉	○								
	納豆	○			○					
	外食		○					○		
	乾杯	○								
	賞味期限	○			○					
	拖拉庫						○		○	
	數獨	○								
	新幹線	○								
	空港	○								
	沙瓦	○								
	馬殺雞	○				○	○			
	場場米	○			○		○			
	歐兜賣	○								
	瓦斯	○								
	菓子	○			○			○		
	看護	○								
	人形	○				○	○	○		
	料理	○				○		○		
	野球	○					○			
	指輪	○								
	雜誌	○								
	～井	○			○	○		○		
	喫茶	○			○		○			
	古著	○			○			○		
	屋台		○		○			○		
	豚骨	○	○					○		
	花見	○	○		○		○	○		
	黑輪				○		○		○	
	假面			○					○	
	運匠	○			○	○	○	○	○	○
	拉麵	○			○			○		
	壽司	○			○	○	○	○		
	御守	○								
	哇沙米	○			○		○	○		

生活意義 (共計 83 個)	詞彙	問	筆	杜	陳	佐	賴	王	敏	塗
	宅急便	○			○			○		
	宅配	○			○		○	○		
	抹茶	○			○					
	拖拉庫	○								
	漫畫	○					○			
	烏龍麵	○				○	○			
	居酒屋		○		○			○		
	松坂牛							○		
	定食	○			○	○		○		
	變身		○							
	單品		○		○			○		
	素材	○	○					○		
	寫真	○	○		○	○	○	○		
	輕食		○		○			○		
	野菜	○	○		○					
	燒肉	○	○		○					
	花火	○	○		○					
	物語		○		○			○		
	買物							○		
	建物				○	○		○		
	薄口醬油				○			○		
	量販店				○			○		
	可樂餅				○			○		
	部屋				○			○		
	莎啞娜啦	○			○	○				
	歐嗨啲	○			○					
	炭火咖啡				○			○		
	鐵板燒		○			○		○		
	精米							○		
	食材				○			○		
	洗劑							○		
	福袋		○		○			○		
	收納							○		
	泡湯	○	○					○		
	玉子				○			○		
	懷石料理				○			○		
	煮物							○		
	小物		○		○			○		
	仙貝	○			○					
	番外篇		○		○			○		

*問：國內日文系大學生問卷結果。筆：筆者用於報紙檢索之語料。杜：杜珮宜。陳：陳俊丞。
佐：佐藤圭司。賴：賴異匯。王：王國齡。敏：王敏東與陳錦怡。塗：塗振洋。

上列表格已將前人文獻、問卷及筆者共 9 筆資料的詞彙統整，可清楚瞭解每一個詞彙的總筆數。筆者將取 9 筆資料中出現三分之一，即有 3 筆以上（包含 3 筆）的詞彙列為本研究論文要探討的的關鍵詞彙。以下依上列表格內總筆數 3 筆以上的詞彙，列出本論文的關鍵字總表如下，共計 88 個詞彙。

表 17 關鍵字總表

屬性	詞彙
情態意義 (共計 24 個)	嚴選、爆笑、特選、最終、滿點、紅不讓、甘巴爹、奇檬子、一番、一級棒、元氣、超人氣、熱血、失格、人氣、阿沙力、大好評、卡哇伊、小尻・美尻、初體驗、～風、純愛、放題、和風（式）
群體意義 (共計 8 個)	達人、歐巴桑、應援團、女優、素人、歌姬、美形、藝能人
社會意義 (共計 12 個)	地下商店、番組、放送、藝能、學園、高校、養成、新發賣、看板、株式會社、援交、買氣
生活意義 (共計 44 個)	（御）便當、沙西米、甜不辣、素顏、油切、霜降、映畫、柏青哥、馬殺雞、塌塌米、菓子、人形、料理、～丼、喫茶、古著、屋台、豚骨、花見、黑輪、運匠、拉麵、壽司、哇沙米、宅急便、宅配、烏龍麵、居酒屋、定食、單品、素材、寫真、輕食、野菜、燒肉、花火、物語、建物、莎啞娜啦、鐵板燒、福袋、泡湯、小物、番外篇

資料來源：筆者自行整理

另外，為了能對關鍵字表語彙的語用意義一目了然，筆者再依照以上表 17 的詞彙屬性分佈狀況，製成如下圖 2 的長條圖。

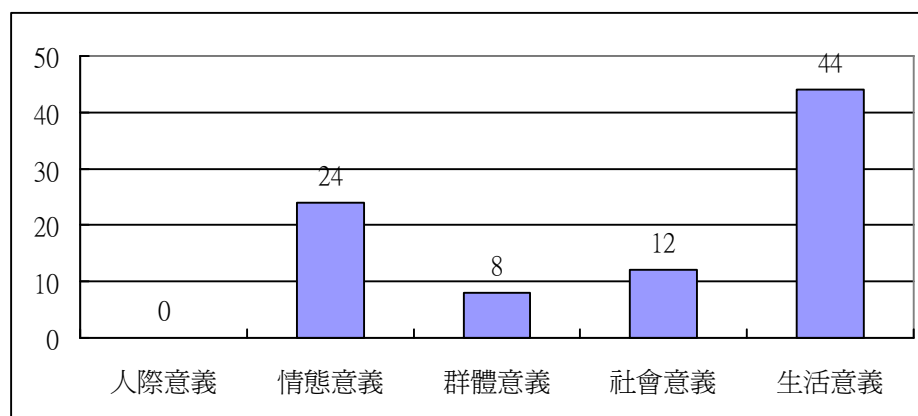


圖 2 關鍵字語料語用意義分佈圖

從上圖可看出外來日文流行詞彙的分佈情況，仍是以食衣住行的生活類詞彙獨占鰲頭，其次依序為情態意義、社會意義、群體意義，而人際意義的筆數因為未有超出 3 筆以上的詞彙，故本論文在後續的分析中將不予探討。

本章整理了前人文獻、國內日文系大學生、及筆者自行蒐集的語料，並篩選出較具代表性的上述詞彙，共計是表 17 所列出的 88 個關鍵字。從中可看出以前及現代所使用的日文流行詞彙。但是，仔細觀察上述表格，發現有些詞彙屬於「老牌新詞」⁸⁰，是從前人文獻的年代開始，至今仍一直使用的詞彙。反觀問卷統計或筆者的語料雖屬於真正的新詞，但因為只要筆數不足三筆，就無法進入這個關鍵字總表，實為遺珠之憾⁸¹。因為本論文要討論的是日文外來流行新詞，故那些比較古老的詞彙，筆者將不再保留於關鍵字表中多做探討。另外，問卷因為是詢問過 170 個人的統計結果，所以其參考價值不應忽視。故筆者再從問卷及筆者的語料中，將那些具備流行新詞特性，且 Google 筆數超過 15 萬筆的詞彙重新列入關鍵字總表裡。只是在問卷語料中，關於動漫用語的詞彙居多，但是這些詞彙對於不熟知動漫的人來說並非流行新詞，所以也不予討論。

下列以經過最後修改、統整的關鍵字表做為本章小結，每一個詞彙的後方以括號標示 Google 台灣網頁的檢索總筆數。另外，在下一章將實際利用網際網路 Google 搜索引擎檢索例句，逐一驗證這 57 個詞彙是否仍「活著」，並分析這些詞彙在台灣使用時，有無產生衍生、轉類、加綴等現象。

⁸⁰ 像是「甘巴爹」或「奇檬子」在 Google 的檢索筆數分別只有 1 萬及 7 萬筆，且兩者都是從很久以前就進入台灣的詞彙，所以稱不上新詞。故在本論文的關鍵字表中將予以刪除。

⁸¹ 例如，日語的「御宅族」已來到台灣有一段時日，並且產生許多用法，像是「宅男」、「阿宅」等。但是前人在研究的當時，該詞彙還未誕生，當然就不會出現在語料之中。另外，2009 年春天引發熱門話題的「敗犬女王」電視劇，更帶動了「敗犬」一詞的流行，故這也是值得探討的詞彙才是。

表 18 關鍵字總表-修正版（單位：萬筆）⁸²

屬性	詞彙
情態意義 （共計 20 個）	嚴選（384）、爆笑（209）、特選（105）、滿點（26）、紅不讓（19）、人氣（2490）、一番（658）、一級棒（112）、元氣（198）、超～（2300） ⁸³ 、好評（165）、卡哇伊（56）、小尻・美尻（52）、初體驗（218）、～風（852）、激安（82）、残念（39）、敗犬（308）、定番（56）、和風（式）（151）
群體意義 （共計 8 個）	達人（2160）、女優（297）、素人（104）、歌姬（33）、宅男（469）、宅女（253）、阿宅（宅）（682）、熟女（174）
社會意義 （共計 5 個）	放送（280）、新發賣（766）、援交（72）、無料（102）、買氣（830）
生活意義 （共計 24 個）	（御）便當（276）、素顏（84）、映畫（69）、馬殺雞（31）、菓子（41）、料理（2150）、喫茶（31）、古著（40）、拉麵（92）、宅配（924）、單品（159）、素材（412）、寫真（1490）、輕食（333）、燒肉（544）、花火（53）、物語（844）、福袋（113）、泡湯（113） ⁸⁴ 、小物（579）、番外篇（32）、油切（79）、野球（76）、野菜（41）

資料來源：筆者自行整理

根據上表 18，筆者將關鍵字總表的 57 個詞彙，依照使用意義畫出如下圖 3 的長條分佈圖。從圖表可看出結合了前人文獻語料、大學生問卷及電子報語料所得出的關鍵字表語料之語用意義分佈為「生活意義>情態意義>群體意義>社會意義>人際意義」。而這也與大學生問卷及電子報語料的語用意義分佈結果相符合，代表此統計結果就是日文外來流行詞的語用意義分佈現象。

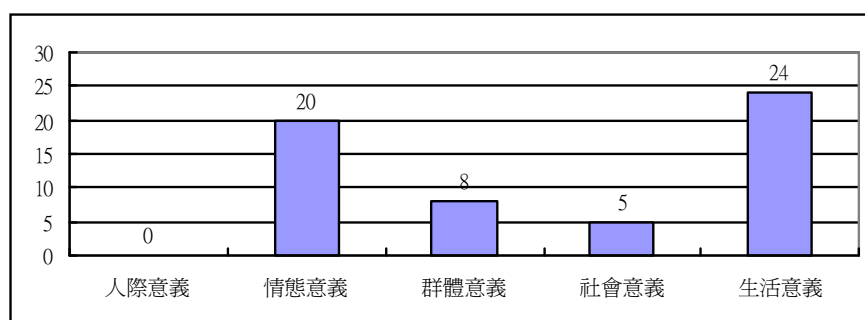


圖 3 關鍵字表（修正版）詞彙語用意義分佈圖

⁸² 利用網際網路檢索的日期為 2009 年 4 月 25 日。

⁸³ 「超～」的詞彙在 Google 的檢索筆數中，乍看之下雖然非常多，但是仍有大多述的資料內容為公司名稱或是固定名詞（如「超商」）。

⁸⁴ 在中文裡本來就有「泡湯」一詞，像是「我的苦心都泡湯了」、「期待已久的出國旅行就此泡湯」等，代表白費、期望落空之意。

第四章 語料分析

本章將針對上一章提出的最終關鍵字總表（表 18），逐一利用 Google 搜尋引擎檢索例詞／句，製成附錄 2 的「關鍵字表語料例詞句一覽表」，從中觀察每個詞彙進入台灣、落地生根後的使用方法。探討這些日文外來流行新詞會與什麼樣的詞彙產生結合。並分析這些詞彙在內部結構中是否產生衍生、轉類、轉義、加綴等改變，以做為新詞是否順利進入譯語系統的辨識指標。

下表是將本章各節即將討論的 20 個詞彙⁸⁵逐一列出，雖然本論文的關鍵字總表共有 57 個詞彙，但是這裡僅列舉出衍生 12 例、轉義 4 例、加綴 4 例、及 3 例的轉類加以分析探討。以衍生為例，符合該內部結構的詞彙在關鍵字表裡就多達 53 例⁸⁶，但是多數詞彙的衍生結構模式之重疊性與相似度高，例如，「燒肉」、「拉麵」、「野菜」等詞彙的用法及衍生現象都很類似，故筆者在經過篩選後，僅列舉出衍生結構及型態較完整、且使用頻率較高的例子共 12 個。而轉義、加綴、轉類的其他各節也依此原則，針對具有代表性的例子加以探討。

表 19 語料分析之內部結構探討詞彙

內部結構	分 析 詞 彙
衍生	馬殺雞、宅、泡湯、人氣、達人、素人、女優、熟女、拉麵、援交、敗犬、一番（12 例）
轉義	紅不讓、宅、KUSO、物語（4 例）
加綴	超～、大～、～風、～族（4 例）
轉類	一級棒、宅、馬殺雞（3 例）

資料來源：筆者自行整理

⁸⁵ 表 19 內雖有 23 例，但實際上「宅」在衍生、轉義、轉類三項內部結構中皆有探討，而「馬殺雞」則同時具備衍生與轉類的現象，故為 20 個詞彙。

⁸⁶ 詳見 77 頁之表 20「關鍵字表流行新詞在台使用現象一覽表」，與頁 80 之圖 4「關鍵詞表語彙符合現象同心圓圖」。

第一節 衍生

本節將討論日文外來詞進入台灣以後產生的衍生現象。所謂的「衍生」，是指從固有的詞彙向外延伸、擴張出新的詞彙。就像是樹幹向上長出樹枝，這些樹枝再長出許多新的分枝一般。例如，「電話」一詞衍生出「無線電話」、「行動電話」、「手提電話」等，而我們現在普遍使用的「手機」，其實是從「手提無線電話機」的語義簡化而來的。之後，又從「手機」一詞衍生出「滑蓋手機」、「手機套」等詞語。所以，藉由衍生可以演變、產生出許多新詞，具有詞義擴張的功能。而一個新的詞語也會在衍生過程中，不斷地做調整、改變，以適應、融入原有的用語規則及習慣。

首先，在衍生現象中要討論的第一個詞彙是音譯詞的「馬殺雞」。所謂的「馬殺雞」就是「按摩」，或台語裡的「抓龍」之意，這個詞彙一開始是源自於英文，日本將英文的「massage」借用後，成為固定的外來語「マッサージ」，台灣再以音譯詞方式借入，寫作「馬殺雞」。但是從字面來看，「按摩」跟「馬」或「雞」是完全無關的，「馬殺雞」只是一個音譯的單純詞⁸⁷，並無法拆開來看。所以乍看之下令人覺得摸不著頭緒、十分滑稽。關於「馬殺雞」一詞的解釋，也有人認為狹義的「馬殺雞」專指女生幫男生按摩。而在陳原（2001：256）⁸⁸的著書中提到，男士從事按摩的稱做「雞殺馬」。以詞序顛倒來代表不同的意義，創造出在原詞沒有的新意，這就是一種詞義擴張的衍生現象，也賦予了該詞彙幽默風趣的感覺。

而另一個具有衍生現象的新詞正是我們耳熟能詳的「宅男」、「宅女」。該詞彙以漢字「宅」進入台灣後，即產生多種衍生用法。若要探究這個新詞的起源及意義，應

⁸⁷ 單純詞（simple word），只包含一個獨立的語素。

⁸⁸ 陳原，《在詞語的密林裡－應用社會語言學》，台北：台灣商務印書館，2001。

先回歸到日文的「おたく」⁸⁹。在日本的維基百科中，其定義為「おたくとは、社会的認知度が低い趣味に傾倒する人の一つの類型またはその個人を示す言葉である。」(筆者譯：Otaku 代表專注、沈迷於社會中認知度較低的某些興趣或嗜好的人。)另外，維基百科也說明了這類「おたく」所沈迷的事物，「おたくとは主にアニメや漫画、コンピュータゲーム、パーソナルコンピュータなどサブカルチャーに没頭する人間を指す言葉」(筆者譯：Otaku 指的是，熱衷於動漫、電腦遊戲或個人電腦等次文化事物的人。)

從上述的日文原文對「宅」的定義，可發現並非我們現在對「宅」的認知。這證明了該詞彙進到台灣後產生轉義(詞義擴張)的現象，這點留待第二節的轉義時再行討論。在中文裡，光是一個單音節「宅」字並無意義，所以為了賦予其意義，台灣人便從字面聯想到「住宅」、「住家」，而衍生了這樣的複合名詞一整天不出門、待在家裡的男生就成了「宅男」；女生就是「宅女」。日文裡的「おたく」原本是不分性別的，但是中文不但衍生出男女之分，還可以有比較親暱或可愛的用法，像是重疊式複合詞的「宅宅」、加前綴詞「阿」的「阿宅」等，這些詞彙皆用於形容不愛出門、喜歡在家度日的族群。

上列「宅男」、「宅女」、「阿宅」又可衍生出許多偏正式結構的複合詞，例如「宅男日記」、「宅女保養品」、「阿宅指數」、「宅女工程師」等，是以宅男、宅女、阿宅來修飾後面名詞「日記」、「保養品」、「指數」、「工程師」的偏正式結構。還有「陽光宅男」、「天生宅女」、「微軟阿宅」等，則是以名詞「陽光」、「微軟」或形容詞「天生」來修飾宅男、宅女、阿宅等詞，但仍是偏正式結構複合詞。其他，這些詞彙衍生的加綴現象也很普遍，例如加前綴詞的「超宅女」，以及加後綴詞的「宅女圈」、「宅女族」

⁸⁹ 社會評論家中森明夫在1983年於漫畫月刊『漫画ブリッコ』上連載的「『おたく』の研究」專欄中，第一次正式使用這個名詞來稱呼此族群。其後，1988-1999年爆發名為「宮崎勤事件」的連續誘拐幼女的殺人案件，使「おたく」這個詞彙在一瞬間受到高度關注，並造成大家對「おたく」的歧視與偏見。因此，在早期若提起「おたく」，會給人比較灰暗的印象，大多數人也都不願意被冠上這個名號。

等。

另外，在這網際網路普及的年代中，隨著景氣下滑，許多事情爲了節省成本，都可以在家利用網際網路而輕鬆辦到。像是網路購物、宅配、到府服務等，都免去了人們舟車勞頓之苦，現在只需在家就能消費與享受服務。這樣的便利性也導致了成天足不出戶的「阿宅」愈來愈多。而這些人儘管不出門也造就了廣大的消費市場、創造出另一波經濟奇蹟，這就是最近「宅經濟」這個衍生複合詞的由來。上述種種的衍生現象，都可印證「おたく」一詞來到台灣以後，迅速進入譯語系統中心並向下紮根，衍變發展出許多用法。

下列將探討的衍生詞彙是與休閒活動相關的詞。在寒冷的冬天裡，人們總是喜歡出遊「泡湯」。這裡所謂的「泡湯」，是指泡「溫泉」之意。雖然，中文裡本來就有「泡湯」這個詞彙，例如，「計畫泡湯」、「多年心血都泡湯了」，代表事情搞砸、付諸流水的意思。而近年出現的日文外來詞「泡湯」，在原文中本來只有「湯」一個漢字，念作「ゆ」或「おゆ」，意指熱水。但是，中文裡早已有「熱水」的用法，而「湯」這個詞反而是指料理的名稱，像是玉米濃湯或排骨湯等。因此，日文的「湯」若以單音節一個字的方式進入台灣，將會跟原來的詞彙產生詞義混淆的現象。並且中文較不容易接受單一個字的外來詞彙，這點跟「宅」的傳入模式相同。所以爲了取其「熱水」的意義，中文便以衍生方式加上動詞的「泡」，形成「泡湯」，並取代比較直接的「泡溫泉」，用「泡湯」帶出美化的意境，這已變成固定的說法了。

現在因爲大家都直接說「泡湯」，而不太使用「泡溫泉」，所以比較常使用的「泡湯」一詞也漸漸地衍生出許多用法，像是「泡湯旅遊」、「泡湯客」、「泡湯券」、「泡湯趣」等。另外，台灣的泡湯文化除了「大眾湯」是跟日本相同外，最不同的是還有提供像小屋子一樣的空間，供注重隱私的客人選擇。因爲泡的是「湯」，所以這樣的空間就稱作「湯屋」，也算是「湯」一詞進入台灣後獨自衍生出的特殊用法。

此外，可能有很多人不知道，我們在日常生活中大量使用的「人氣」一詞，其實是來自日文的外來詞。在日文中，「人氣」意指「受歡迎」、「很有名」，多當作形容詞使用。該詞彙進到台灣以後，也跟日文原義相同，多以形容詞的形式存在，可以當作名詞的修飾語，形成如「人氣排行榜」、「人氣王」、「人氣指數」、「人氣型男」、「人氣賣家」等的偏正式複合詞。但是，「人氣」不能如普通形容詞一樣加上「很」，變成「很人氣」，也無法拿來比較兩者，像是「他比你人氣」就是有點奇怪的說法。所以它在中文裡的形容詞用法，還不如「宅」一般深入譯語系統的中心位置。反而是下列將討論的衍生轉類結果還顯得比較豐富。

「人氣」一詞在中文裡產生了許多衍生跟擴張的現象，它有時也轉類成名詞，搭配動詞形成述賓式複合詞的用法，像是「拼人氣」、「瘋人氣」、「爆人氣」、「衝人氣」等。「人氣」與這些動詞「拼」、「瘋」、「爆」、「衝」組合的例子，都是該詞進入台灣以後才有的衍生用法。「人氣」當名詞還有主謂式的用法，如「人氣暴增」、「人氣滿載」、「人氣強強滾」、「人氣超夯」、「人氣旺」等。外來詞「人氣」能夠與本土性較強的台語詞彙「強強滾」、「旺」，或台灣自創新詞「夯」等做結合，都代表它在譯語系統中已有一定的穩固性。

另外，「人氣」也可與前加綴詞「超」結合成「超人氣」。而這樣的說法已經非常普遍，故可當作一個固定的詞來使用，像是形容詞用法的「超人氣蛋糕店」、「超人氣商品」、「超人氣女優」等。其他還有「代言超人氣」的說法，就是述補式複合詞，其中的「超人氣」當作補語使用。

下面將繼續討論一些日文外來流行詞，觀察這類詞彙來到台灣後，在其衍生的過程中產生何種型態的複合詞。首先，「達人」是指精通某件事情或技能的人，在中文裡也有意義相似的「專家」一詞，但是「專家」多用在科技、學術等較專門的領域，

非一般人所能輕易達成的。而「達人」則不限業種、領域、或技能的難易，就像是我們不會講「麵包專家」，但卻可以說「麵包達人」。

「達人」一詞在台灣的使用情況已非常普遍，只要是這個人對某件事物很拿手，不管是任何事物都可以冠上「達人」一詞。例如，「整型達人」、「數位達人」、「健康達人」、「省錢達人」、「抽獎達人」、「洗鞋達人」等。雖然「省錢」或「洗鞋」等都是看來微乎其微的小事情，但只要是對該事物感興趣並精通的人，就可以跟「達人」劃上等號。另外，除了前述的以名詞或動詞來修飾「達人」的偏正式結構外，也可用「達人」當作修飾語，再與其他名詞結合為成複合詞，如「達人部落格」、「達人村」、「達人俱樂部」、「達人指數」等。

與達人詞意相對的「素人」一詞，在日文辭典『広辞苑』中的解釋為「ある物事に経験のない人。その事を職業としない人。専門でない人。」（筆者譯：對某事物無經驗的人。非以該事物為職業的人。非專業的人。）最近常可看見歌手或是模特兒的選秀節目，就是讓一些「素人」出頭天的大好機會。就算是沒有經驗的業餘人士或是門外漢，只要肯努力，人人都有希望。所以「素人」就因應此現象而衍生出大量複合詞。例如，「素人畫家」、「素人偶像」、「廣告素人」、「素人天籟」、「素人文化」等。而這些複合詞都是屬於偏正式結構。

另外，與前述「達人」及「素人」相同，屬於群體意義的詞彙——「女優」，是指「女の俳優」（女演員）的意思，該詞所衍生的複合詞皆為偏正式結構，可以當作修飾語，如「女優文化」、「女優排行」、「女優寫真」等；亦可做為被修飾語，例如，「專屬女優」、「混血女優」、「怪咖女優」等。而「AV 女優」一詞現在應該已經是固定的說法，「AV」是「Adult Video」的縮寫，所以「AV 女優」就是指專門拍攝成人影帶的女性演員。因為日本的成人錄影帶市場廣大，所以「AV 女優」一詞在台灣一點也不陌生。但是，也許是大量接觸這樣的話題，故有些人看到「女優」兩字，就會不禁

把它聯想成「AV 女優」，而忽略、或是甚至不知道「女優」的原始本意，這點是使用該詞彙時須注意的地方。

此外，同樣是針對女性的用語的「熟女」，指的是相對於年輕不成熟的少女，較成熟、有內涵且風韻猶存的女性。對於可稱做「熟女」的年齡範圍，雖然每個人看法不同，但大部分是指 35~40 歲以後的女性。「熟女」在台灣衍生後的複合詞也是以偏正式結構為主，像是「熟女日記」、「熟女病」、「魅力熟女」、「客家熟女」等。而「輕熟女」的說法是「熟女」來到台灣以後，譯語系統的中文獨自衍生出的用法，意指 30 歲左右「年紀稍輕的熟女」。

而在生活用詞方面，「拉麵」原本是中國固有的食物，在傳入日本以後，日本將其發揚光大，使其成為固定的日本料理。因此，有些人甚至誤會拉麵是源自於日本的料理。後來，「拉麵」這個詞彙才再傳回中文裡，此現象稱作是「回銷」⁹⁰。雖然台灣也有自己的「拉麵」⁹¹，不過我們現在如果提起「拉麵」，通常還是指日本料理的拉麵。而這樣的「拉麵」一詞傳入台灣以後，產生一些衍生的複合詞，如直接標明湯頭或食材的複合詞——「醬油拉麵」、「叉燒拉麵」、「溫泉拉麵」、「豚骨拉麵」等。其中，「豚骨拉麵」的「豚骨」也並非中文，源語日文中指的是豬骨，就是以豬大骨熬出的湯頭做為高湯的拉麵，因為「豚骨」比起「豬骨」來的好聽多了，所以保留了日文原來的用法。另外，像是販售拉麵的店面可以稱做「拉麵店」或「拉麵館」。還可看見有的店家招牌寫著「拉麵共和國」、「拉麵大王」、「日式拉麵」等字樣以吸引顧客。其它的衍生複合詞用法還有「拉麵品牌」、「拉麵大百科」、「拉麵篇」、「拉麵湯頭」等。而以上的衍生複合詞皆屬偏正式結構。

而在抽象意義的詞彙方面，時常在社會新聞中出現的「援交」一詞，其實也是日

⁹⁰ 另外，吳致君（1995：13）稱這類詞彙為「回借詞」。

⁹¹ 指的是不用刀切，只由廚師用手拉扯而成的麵條，所以稱之為「拉麵」或「手工拉麵」。

文外來詞彙。該詞演變過程與原詞大致雷同，是「援助交際」的略稱，意指女性爲了滿足自己的物質慾望，藉由與男性出遊或發生性行爲來換取金錢的援助。該詞在台灣已有許多衍生用法，與名詞結合的偏正式結構複合詞是其中之一，如「援交電話」、「網路援交」、「援交廣告」等。或是以「援交」當作賓語，形成述賓結構的「找援交」。還有衍生出可以加綴的現象，例如，進行援交的女性被稱做「援交女」或「援交妹」，而「援交妹」就像是「大陸妹」一樣稍微具有貶意。「援交記」、「援交區」也都屬於「援交」進入台灣後才衍生的加綴現象。

近來，相信大家應該對 2009 年春季的台灣電視劇「敗犬女王」不陌生，其實「敗犬」一詞也是個日文外來詞。酒井順子在其著書『負け犬の遠吠え』⁹²（敗犬的遠吠）中提及，「どんなに美人で仕事ができても、30 代以上・未婚・子なしの 3 条件が揃った女は負け犬」（筆者譯：就算再美麗能幹的女人，只要符合年過三十、未婚、無子的三個條件，就是一隻敗犬），以「敗犬」來形容上述的女性就像一隻喪家之犬。因應現在有許多女性年過 30 還未婚的社會現象，「敗犬」隨著台灣偶像劇「敗犬女王」的風潮，在台灣已經引起一股熱烈的討論。而「敗犬」也因此衍生了大量的偏正式結構複合詞，如「敗犬文化」、「敗犬量表」、「敗犬單身公寓」等。另外還有比較誇張的說法，如「敗犬皇太后」、「敗犬收容所」等，是稍微帶點諷刺意味的用語。加後綴詞的情形也不少，像是「敗犬女」、「敗犬風」、「敗犬族」等。

上述的「達人」、「素人」、「女優」、「熟女」、「拉麵」、「援交」、「敗犬」等詞彙，進到台灣以後的複合詞衍生現象，並沒有像「おたく」、「お湯」、「人氣」等詞彙般具有多樣性，而是以簡單的偏正式結構複合詞爲主流。這也代表這些詞彙本身就有使用範圍的限制，或是還在演變過程的半途中，未完全進入譯語系統的核心。所以這些詞彙的衍生現象似乎還有值得期待的進步空間。

⁹² 2003 年 10 月由講談社出版，曾獲得「講談社散文獎」及「婦人公論文藝獎」等大獎。該書在台灣已有譯本，2006 年 12 月由麥田出版。