

【背景と目的】今日、日本では「かわいい」という言葉が身の回りに溢れている。私たちが毎日身にまとう衣服はもちろんのこと、小物や動物、全かわいくないと考えられてきた物、これまであまりかわいいと表現されることのなかった中高年や高齢者に対しても「かわいい」という表現が使われるようになってきた。頻繁に「かわいい」という言葉を使うようになったことで、20代前後の女性たちは「かわいい」を間投詞のように用いていると考える。

日本の若い女性たちは、常にかわいいものを身の回りに置き、自分自身もかわいい存在であることを目指しているようにも思われる。

本研究では、「かわいい」という言葉の語源を調べ、なぜここまで「かわいい」という言葉がテレビや雑誌の紙面を賑わせ、若い女性たちの口癖になったのか、その背景を検討し、課題を考察する。

【方法】文献・資料・インターネットによる資料分析。

【結果及び考察】「かわいい」の語源は「顔」と「映ゆし」が合体した「顔映ゆし」から「かわゆし」が生まれたとされている。「かわゆし」は室町時代まで不憫である、気の毒であるという意味で使われていた。しかし、江戸時代からは、小さいものや弱いものに対して手を差し伸べたくなる感情と気の毒で見られない感情を表現する言葉は、「いとしい」に変化していった。その後、かわゆし=かわいいは、「気の毒だから守ってあげたい」から「愛らしい」へと意味が変化し、今のような意味で用いられるようになったのは明治時代になってからである(『日常語の意味変化辞典』2003)。

これに対し「美しい」は、愛らしく、形・色・声などが快く好ましい、さっぱりしていて余計なものが無いことを表し、「美人」は顔・姿の美しい女(広辞苑第五版1998)と定義されている。

日本人が表現する、かわいい人と美人の違いは何なのであろう。美人を表現する時に高嶺の花と表現することがある。この言葉には手の届かない存在、つまり近寄りにくい雰囲気があり、かわいいにはそのようなイメージは抱かれにくく、元の語源にあるように守ってあげたいという感情になるのではないかと考える。また美人は外見的なもの、かわいいは内面的なものであると認識されている(「大人かわいい女」、『an・an』2007年12月5日発行)。

自分の容姿は変えられないがマスメディアで紹介されている服装、言動、物などを購入し、それらの利用法を習得することで、異性、同性から好感を持たれ

る自分を創り上げているのではないかと考える。そして、好感のもたれる自分を創るあげる上で、マスメディアにより得られる情報が重要な基準の一つになっていると考える。

日本人は保守的な傾向があり、群れをなすことを好むとしばしばいわれる。マスメディアで提案されたものは「標準」であり、孤立することは無いと人々は判断するのではないだろうか。また他者から意見を求められた場合、全く自分の好みではなくとも、後の人間関係を考え、相手が傷つかない表現であり、かつ多様な意味を持つ「かわいい」を使用し、その場を乗り越えているのではないだろうか。これが現代の若者が「かわいい」を頻繁に使用するようになった理由と考える。

「かわいい」は今、インターネットなどの影響もあり、日本発の新しい「美」として海外に広がっている(読売新聞2006.01.13)。海外にもかわいいと意味する言葉はある。しかし欧米において、それらは幼少時代に終わりを遂げるものであって、一般的には、大人らしく振舞うことを強いられる。一方、日本では大人になってもかわいい存在であることを許容する社会がある。

日本のアニメは世界中で翻訳されており、その翻訳を通し、日本の「かわいい」文化は拡大している。欧米でも、アニメのフィギュアを収集したり、コスプレをすることでKAWAII文化が創られている。しかし、欧米の人々にとってのこの文化は、幼少期の懐かしさを喚起させるものとなっている(四方田2003)。

【結論】「かわいい」現象には、高度経済成長とマスメディア主導による大量消費社会の出現を切り離して考えることはできない。また、インターネット文化の広がりの中、「かわいい」にまつわる同じ感性を持った人々が通じ合うことは良いことでもある。

海外のKAWAIIは、幼少期への憧憬であり、日本のかわいい文化は、集団からはずれず、他者とのコミュニケーションのためのものである。しかし、マスメディアからの情報を鵜呑みにし、周囲がかわいいと思うから自分も取り入れ、集団から孤立をしないようにし、安心を得る行動は、消費社会における格好的となる。

今後も、日本の「かわいい」現象は続くであろう。しかし、「かわいい」ことに定義はなく自分らしさを貫く生き方を模索することも重要なのではないだろうか。

¹Yuka WAKASUGI