

「タイパ」と「ステマ」

野瀬 隆平

「コスパ」は知っていたが、「タイパ」には初めてお目にかかった。

支払ったコストと手に入れたものの価値を比べるのがコスパであるのはご存知の通り。それに対をなすのが「タイパ」である。いきなりタイパと云われると解りにくいけれど、ある日の新聞にあったように「時間効率」という漢字の見出しに「タイムパフォーマンス」と振り仮名がふてあれば何のことか理解できる。

近ごろ日本語の文章にカタカナ用語が多く使われるようになってきた。表現の幅が広がるという点では、必ずしも悪いことではない。漢字の他に、ひらかなやカタカナ、算用数字さらにはローマ字も加えて書き表す。そのお蔭で文章が読みやすく、かつ簡潔になっている。

問題は省略することだ。スマホは既に市民権を得ており、スマートフォンという人の方がむしろ少数派であろう。しかし、まだ一般に使われていない略し方で書かれると困る。

例えば「悩めるコーデ」とは何のことか。これも新聞の見出しにあったもの。一瞬「若きウェルテルの悩み」を連想してしまっただが、全くの的外れ。コーデはコーディネートの略で、女性が服装のコーディネイトに悩むことを意味しているのである。

「ステマ」も同じで、ステルス・マーケティングの略と云われれば解る。最近問題となっている一見広告でないように見えながら実は広告というもの。

ところでカタカナの無い中国語では、外国人の名前を書く場合どうなるのか。プーチンは「普京」。バイデンは「拜登」と書くようだ。漢字で埋め尽くされた本文の中に紛れ込んでいたら、一目見て外国人の名前だと判別するのは難いだろう。

新聞に「シークワーズ」と書いてあった。ヒントはパズルのページにあったのと、平仮名文字で埋まった表が横に掲げられていたこと。「言葉探し」のことだった。

これは一般的に使われているらしく、知らないのは自分だけだったのかも。しかし知らない者にとっては、これ自身が正に言葉を探すパズルだった。