

ファッション雑誌における日本語オノマトペ  
及びその中国語訳に関する研究

一橋大学審査博士学位論文

2018 年 2 月

一橋大学大学院言語社会研究科博士後期課程

赫 楊

LD132002

## 目次

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 第1章 はじめに.....                          | 4  |
| 1.1 問題提起.....                          | 4  |
| 1.2 研究目的.....                          | 4  |
| 1.3 本論文の構成 .....                       | 5  |
| 第2章 先行研究の概観.....                       | 8  |
| 2.1 オノマトペ全般に関する先行研究.....               | 8  |
| 2.1.1 オノマトペの定義 .....                   | 8  |
| 2.1.2 オノマトペの形態的分類.....                 | 9  |
| 2.1.3 オノマトペの音象徴性 .....                 | 10 |
| 2.1.4 オノマトペの統語的性格.....                 | 11 |
| 2.1.5 感覚表現としてのオノマトペ .....              | 12 |
| 2.1.6 オノマトペの使用実態・使用効果.....             | 14 |
| 2.1.7 方言のオノマトペ .....                   | 15 |
| 2.1.8 歴史的に見るオノマトペ.....                 | 16 |
| 2.1.9 さまざまなジャンルのオノマトペ .....            | 16 |
| 2.2 ファッション雑誌におけるオノマトペに関する先行研究 .....    | 17 |
| 第3章 本研究の学史上の位置づけ .....                 | 19 |
| 第4章 本研究の調査の概要 .....                    | 21 |
| 4.1 調査対象.....                          | 21 |
| 4.2 調査手順.....                          | 25 |
| 4.3 オノマトペの判定基準.....                    | 26 |
| 第5章 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差.....         | 28 |
| 5.1 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差の目的.....      | 28 |
| 5.2 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差の調査対象 .....   | 28 |
| 5.3 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差の調査方法 .....   | 28 |
| 5.4 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差の結果分析・考察..... | 28 |
| 5.4.1 年代差によるオノマトペの使用回数の差異 .....        | 28 |

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 5.4.2 年代差によるオノマトペの描写対象の差異 .....             | 35 |
| 5.4.3 年代差によるオノマトペの形態の差異.....                | 36 |
| 5.4.4 年代差によるオノマトペの表記の差異.....                | 39 |
| 5.4.5 年代差によるオノマトペの文末表現の差異 .....             | 41 |
| 5.5 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差のまとめ .....         | 42 |
| 第6章 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差.....              | 44 |
| 6.1 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差の目的.....           | 44 |
| 6.2 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差の調査対象 .....        | 44 |
| 6.3 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差の調査方法 .....        | 44 |
| 6.4 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差の結果分析・考察.....      | 44 |
| 6.4.1 男女差によるオノマトペの使用回数と形態の差異 .....          | 44 |
| 6.4.2 男性誌と女性誌に多用されるオノマトペ語 .....             | 45 |
| 6.4.3 男性誌の【しっかり】と女性誌の【きち】系.....             | 46 |
| 6.4.4 男性誌の【ほっこり】と女性誌の【ゆる】系.....             | 48 |
| 6.4.5 男性誌の【くた】系.....                        | 50 |
| 6.4.6 女性誌の【ふわ】系と【きら（ぎら）】系 .....             | 51 |
| 6.5 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差のまとめ .....         | 53 |
| 第7章 ファッション雑誌におけるオノマトペの特徴—料理雑誌との比較 .....     | 55 |
| 7.1 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの比較の目的 .....      | 55 |
| 7.2 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの比較の調査対象.....     | 55 |
| 7.3 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの比較の調査方法.....     | 55 |
| 7.4 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペを比較する結果分析・考察..... | 55 |
| 7.4.1 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの使用率.....       | 55 |
| 7.4.2 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの形態 .....       | 56 |
| 7.4.3 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの表記 .....       | 58 |
| 7.4.4 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの文末表現 .....     | 59 |
| 7.4.5 ファッション雑誌と料理雑誌に多用されるオノマトペ .....        | 60 |
| 7.5 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの比較のまとめ.....      | 64 |

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 第8章 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳について .....      | 65 |
| 8.1 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の目的 .....       | 65 |
| 8.2 日本語オノマトペ及びその翻訳と中国語オノマトペに関する先行研究 .....    | 65 |
| 8.2.1 日本語オノマトペの中国語訳についての先行研究 .....           | 65 |
| 8.2.2 日本語オノマトペと中国語オノマトペの比較についての先行研究 .....    | 66 |
| 8.2.3 先行研究の問題点と筆者の観点 .....                   | 66 |
| 8.3 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の調査 .....       | 66 |
| 8.3.1 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の調査対象 .....   | 66 |
| 8.3.2 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の調査方法 .....   | 67 |
| 8.4 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の結果分析・考察 .....  | 67 |
| 8.4.1 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳のデータの概観 ..... | 67 |
| 8.4.2 ファッション雑誌における擬態語の翻訳の類型 .....            | 67 |
| 8.4.3 ファッション雑誌における擬態語の翻訳の特徴 .....            | 69 |
| 8.4.4 ファッション雑誌における擬態語の翻訳の問題点 .....           | 74 |
| 8.5 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳のまとめ .....      | 79 |
| 第9章 おわりに .....                               | 82 |
| 9.1 本研究の結論 .....                             | 82 |
| 9.2 今後の展望 .....                              | 85 |
| 注 .....                                      | 87 |
| <参考文献> .....                                 | 88 |
| <調査対象とした雑誌> .....                            | 95 |
| 本論文のもとになった既発表論文 .....                        | 96 |

## 第1章 はじめに

### 1.1 問題提起

日本語はオノマトペの多い言語であると言われる（大野，1978，p.67；大坪，1989，p.5）。それについて山口（1987）は、日本語は日常生活によく使われているオノマトペは1000語以上もあり、英語の約5倍であると述べている（p.348）。

近年、従来の小説や詩などの文学作品に加え、アニメ・漫画、スポーツ、料理、歌謡曲、商品名・広告など、ジャンルとしてのオノマトペ研究が盛んになってきている。その背景には、日本の文化、とくにポップカルチャーの台頭への関心がある。筆者自身はファッションのオノマトペに特に興味を持っているが、その理由は、以前携わった、日本のファッション雑誌を中国語に翻訳する仕事を通して、ファッション雑誌に出てくるオノマトペは、ファッション雑誌ならではの世界観に基づいて使われたり、新しく生み出されたりしている語彙群として、非常に興味深い研究対象であると実感していたからである。

オノマトペは日本語の流動性をよく教えてくれるものである（日向，1993，p.20）。ファッション雑誌におけるオノマトペも、日本人の言葉遣いの傾向や変化をある程度反映しており、それについての研究は、日本語オノマトペ研究に不可欠な一部であると考えられよう。にもかかわらず、ファッション雑誌におけるオノマトペの研究はさほど進んでいない現状がある。

また、翻訳の仕事に取り組みながら頭に浮かんだのは、ファッション雑誌におけるオノマトペが中国語になるとなぜ消えてしまうのかという疑問であった。自分の「訳力」が不足しているせいなのか。また他の人はどう翻訳しているのか。それについていろいろ調べてみたが、管見の限り、ファッション雑誌におけるオノマトペの中国語訳に関する研究はまだ行われていないようであった。

### 1.2 研究目的

筆者は、ファッション雑誌に出現するオノマトペの中でも、読者の年代差、男女差といった社会言語学的な側面から明らかにしたいと考える。ファッション雑誌らしいオノマトペの特徴やその創造性は、どのような読者を対象にするか、その違いによって生ま

れてくると考えたからである。また、ファッション雑誌に使われるオノマトペならではの特徴を見るため、他の媒体におけるオノマトペとの比較も実施した。更に、ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳がどのような特徴や問題点を持っているのかについての研究を試みた。他の言語との比較という視座を通し、ファッション雑誌における日本語オノマトペの特徴に、これまでとは異なる角度から光が当てられると考えたためである。

従って本研究は、ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差・男女差による差異、料理雑誌におけるオノマトペとの相違、その中国語訳の特徴や問題点を研究対象とするものである。

### 1.3 本論文の構成

上記の目的を明らかにするために、本論文は以下のような構成をとっている。

#### 第1章 はじめに

本章は、問題提起、研究目的、本論文の構成の3つの部分から構成される。問題提起では、本研究を始めたきっかけについて、研究目的では、本研究を通してどのような結果が得られるのかについて述べたものである。本論文の構成では、論文全体を概観するものである。

#### 第2章 先行研究の概観

本章は、オノマトペの先行研究を概観する。主に以下の2点を柱とする。1点目は、オノマトペ全般に関する先行研究（オノマトペの定義、形態的分類、音象徴性、統語的性格、感覚表現としてのオノマトペ、オノマトペの使用実態・使用効果、方言のオノマトペ、歴史的に見るオノマトペ、さまざまなジャンルのオノマトペ）、2点目はファッション雑誌におけるオノマトペに関する先行研究である。

#### 第3章 先行研究における本研究の学史上の位置づけ

本章は、前章の先行研究を受け、本研究の位置づけについて述べる。

#### 第4章 本研究における調査の概要

本章は、本研究におけるファッション雑誌におけるオノマトペの年代差、男女差、ファッション雑誌におけるオノマトペの特徴——料理雑誌との比較、ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳についての4つの調査の概要について記述する。調査対象、調査手順、調査においてのオノマトペの判定基準をまとめる。

#### 第5章 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差

本章は、ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差を見るために実施した調査を取り上げる。年代差というのは、例えば、10代・20代の女性誌（ヤング誌）におけるオノマトペと30代・40代の女性誌（アダルト誌）におけるオノマトペの使用上の差異を意味する。

#### 第6章 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差

本章は、ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差を見るために実施した調査を取り上げる。男女差というのは、男性誌と女性誌におけるオノマトペの使用上の差異を意味する。

#### 第7章 ファッション雑誌におけるオノマトペの特徴——料理雑誌との比較

本章は、ファッション雑誌におけるオノマトペの使用上の特徴を見るために、料理雑誌を比較対象として実施した調査を取り上げる。

#### 第8章 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳について

本章は、ファッション雑誌における日本語オノマトペを中国語に翻訳する際の特徴や問題点を明らかにするために、中国で発行されている日本のファッション雑誌の中国語版を対象に実施した調査を取り上げる。

#### 第9章 おわりに

上述の4つの調査の結果を整理し、ファッション雑誌におけるオノマトペの特徴とその中国語訳の特徴をまとめる。また、本研究の問題点や今後の課題について述べる。



## 第2章 先行研究の概観

### 2.1 オノマトペ全般に関する先行研究

#### 2.1.1 オノマトペの定義

オノマトペの定義は研究者により異なるため、一言で定義するのは難しい。以下、これに関連する主要な先行研究を取り上げ、日本語オノマトペの定義を見ていく。

田守（1991）には、オノマトペの語源について記されている。田守（1991）によると、オノマトペはギリシャ語の *onomatopoiia* が語源であり、*onoma* は *name* という意味を表し、*poiein* は *to make* という意味を表すという。またオノマトペをフランス語では *onomatopée* といい、英語では *onomatopoeia* という。つまり、語源から見ればオノマトペは「*to make a name*」という意味であり、『オックスフォード英語辞典』では、「音の模倣によって物事や動作を命名したり、それによってことばを作ったりすること」と定義されている（p.1）。

語源という観点の他に、天沼（1974）、浅野・金田一（1978）、山口（2003）はオノマトペを擬音語と擬態語とに分類している。天沼（1974）は、擬音語は人間の笑い声、泣き声、つばを吐いたり、ものを飲んだり、平手でたたいたりする時などに発する音、人間以外の生物の発する声や音、また、自然界に自然に発する音響や、無生物が、いわば自然に、あるいは、外力の作用を受けて発する音響を、音声で表した言語であり、擬態語はわれわれ人間を含む生物、無生物、自然界の事物の有様・現象・変化・動き・成長などの状態・様子を描写的・象徴的に音声で表現したものであると定義している。山口（2003）は、擬音語は現実の世界の物音や声を私たちの発音で写し取った言葉であり、擬態語は現実世界の状態を私たちの発音でいかにもそれらしく写し取った言葉であると定義している。また、浅野・金田一（1978）は、擬音語は外界の音を写した言語であり、擬態語は音をたてないものを、音によって象徴的に表す言語であると定義している。さらに、オノマトペを擬音語・擬声語・擬態語・擬容語・擬情語の5つの種類に分類し、各種類のオノマトペについて詳しく定義している。擬音語は外界の音を模写したもの、あるいは無生物の音と定義し、擬声語は生物の音としている。また、擬態語は音のたたないものを音によって象徴的に表す語と定義し、さらにその中で無生物の状態を表すものを擬態語、生物の状態を表すものを擬容語、人間の心情を表すものを擬情語

と定義している。

### 2.1.2 オノマトペの形態的分類

日本語オノマトペの形態に関する研究は数多くなされているが、ここでは天沼（1974）、田守・スコウラップ（1999）、田守（2002）による日本語オノマトペの形態についての考え方を取り上げる。

天沼（1974）は拍の数によって日本語オノマトペの型を分けており、一拍の特定の音を表す仮名の代わりに「X」「Y」「Z」「W」と表記している。構成要素についてはそれぞれ長音を「:」、促音を「t」、「り」を「r」、撥音を「n」のように示している。また、日本語オノマトペを拍に分類し、結論としては日本語オノマトペを 47 型で示している。

その一方、田守・スコウラップ（1999）は日本語オノマトペには多様な音韻形態が観察されると説いており、その形態について詳しく記述している。見やすくするために、筆者の手で以下のように表としてまとめた。

表 1：オノマトペの音韻形態<sup>1)</sup>

| 形態      | 例    | 形態        | 例        |
|---------|------|-----------|----------|
| CV      | ふ（と） | CVCVri    | ばたり      |
| CVQ     | ふっ   | CVCVN     | ばたん      |
| CVN     | ばん   | CVQCV     | どっか      |
| CVV     | ぎゃー  | CVNCV     | むんず      |
| CVVQ    | ばーっ  | CVQCVri   | ばっさり     |
| CVVN    | ばーん  | CVNCVri   | ぼんやり     |
| CVQ-CVQ | くっくっ | CVCV2     | ばさばさ     |
| CVN-CVN | ばんばん | CVQCVri2  | ばたりばたり   |
| CVV-CVV | がーがー | CVCVN2    | ばたんばたん   |
| CVCV    | がば   | CVCV2 の変種 | がさごそ     |
| CVCVQ   | ばたっ  | 特殊な形態     | すってんころりん |

さらに、田守（2002）はオノマトペの形態上の特徴として、一モーラか二モーラを語基に持っていること、語基がそのまま用いられることは稀で、促音、発音、「り」を伴ったり長母音を加えたり反復したりして使われていること、反復形が多いことを挙げている。また、オノマトペは基本の形態として、「□、□っ/□ん、□っ/□んの変形、□□、□□っ/□□り/□□ん、□っ□/□ん□、□っ□り/□ん□り」<sup>2)</sup>の 7 種類を持っているとしている。

### 2.1.3 オノマトペの音象徴性

音象徴の定義について、野間（2001）は、音の交替によって何らかの意味、音相と似たものの違いを組み立てていくシステムを、音象徴もしくは語音象徴という述べている（p.16）。音象徴の存在の有無は議論されているが、丹野・石橋（2007）は丹野（2005）の 50 音以外の音韻を使用し、その音韻に対する性状（感じ）表現を分析し、かなりの程度、各音韻に音象徴の存在がみられたという結論を出している。

オノマトペに音象徴が存在することを認めた上で、音象徴と形態の関係を検討した研究には、田守（2001）と田守（2002）がある。田守（2001）は、オノマトペの語の中に見られる撥音、促音、母音の長音化、反復、語尾の「り」がどのような意味を表しているのかを以下のように分析した。撥音の場合は、語末に起こるものが「共鳴」を表しており、語中に起こるものが「強調」を表している。促音の場合は、語末に付加されるものが「瞬時性」と「急な終わり方」を意味しており、語中に現れるものが「強調」を意味している。語尾の「り」は「ゆったり」した感じ、ないし「完了」を表す。母音の長音化に関して、擬声語・擬音語に見られるのは、自然界の物理的に長い音を描写するのに用いられ、擬態語に見られるのは、「強調」に用いられる。オノマトペの反復は、「音や動作の繰り返さないしは連続」や「強調」を表すと述べている。また、田守（2002）は、日本語の撥音にある清音、濁音、半濁音について、有声音（濁音）と無声音（清音・半濁音）のペアを成すオノマトペが多数存在し、基本的には同じ出来事を描写するが、微妙なニュアンスの違いがあると述べている。さらにその違いについては、田守（2002）は、無声音より有声音は描写している音が大きかったり、関わっている動作や状態の程度が激しかったりしていると指摘している。また、日本語の母音「あ」は「広がり」「全体」を表し、母音「お」は「内包」「部分」といった音象徴的な意味を表すと強調している。更に、濁音の効果については、窪菌（1999）は語頭の濁音は不快なイメージや否定的なニュアンスを表す傾向があり、濁音には否定的なニュアンスが含まれる可能性があることを論じている。

#### 2.1.4 オノマトペの統語的性格

擬音語・擬態語は、名詞、副詞、感動詞などとして用いられるが、もともとが音声や様子を描写している述語を修飾する用法から出発しているので、結果として副詞の用法（述語にかかる修飾語）がもっとも多いとされている（飛田・浅田，2002）。副詞になりやすいが、全てが副詞というわけがなく、それについて、星野（2005）は「擬態語は短絡的に副詞とされることが多いが、文法的に考察すると副詞でないものも散見される」（p.185）と述べ、統語論的な考察を行なっている。また、笥・田守（1993）はオノマトペの品詞性について、様態副詞、結果副詞、程度副詞、頻度副詞、「一する動詞」

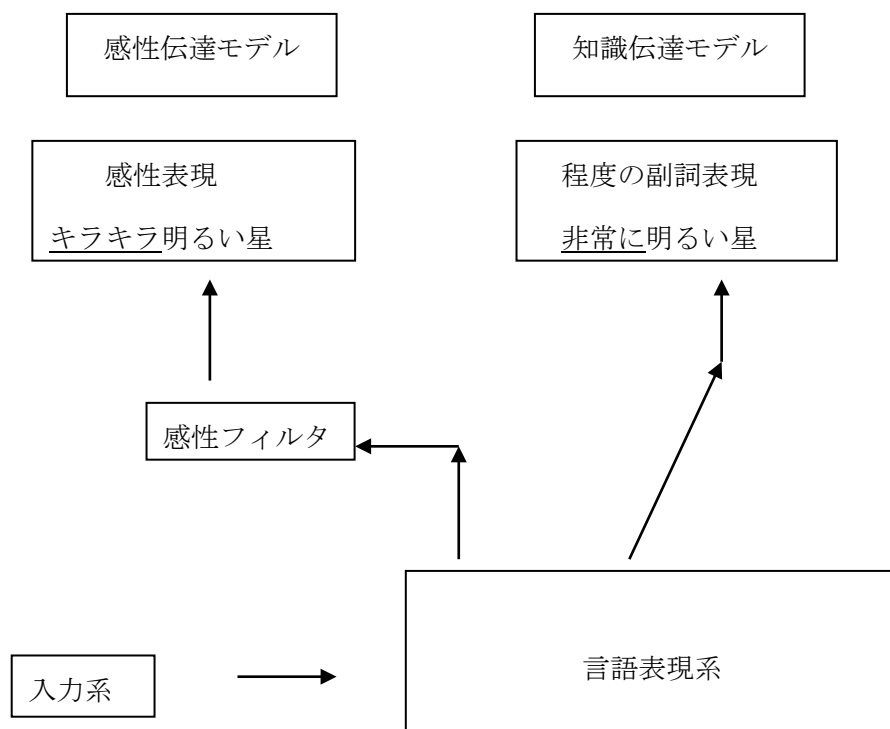
「一つく動詞」、単独名詞、複合名詞、形容動詞、語幹の 10 種類に分類している。秦野（2013）は笥・田守（1993）の分類の上にさらに「感動詞的なもの」の 1 種類を加えている。オノマトペの脱品詞化に関しては、石黒（2008）は、オノマトペは人間の知覚や感情の中核にあり、対象や動作よりもまず様子に目が向く場合はその様子を軸に表現を組み立てることでオノマトペの脱品詞化に結びつくように思われると述べている（p.27）。

#### 2.1.5 感覚表現としてのオノマトペ

オノマトペは、感覚表現といわれており、これについては、苧阪（2001）、坂本（2010）、小野・坂本・清水（2011）が詳しく述べている。

苧阪（2001）は、擬音語・擬態語は生き生きとした「動き」がその本質的特徴であるため、心の動きのダイナミックスを的確に表現し得ていると説いている。また、苧阪（2001）は、擬音語・擬態語の感性表現としてのメガニズムを図 1 のようにまとめている。

図1：感性モデルと知識モデル（苧阪，2001，p.71）



また、苧阪（2001）は、擬音語・擬態語には、それぞれの感性表現において、固有の五感のクラスターが認められ、このような感覚と擬音語・擬態語のあいだの意味的、語音的対応関係は、擬音語・擬態語の発生が対象を見たり、聞いたり、あるいは触ったりといった「アクティブな運動を媒介とした認識の機能」と密接な関連を持つことを示していると述べている。

一方、坂本（2010）は低次感覚（触覚など）から、高次感覚（聴覚など）へ転移しやすい、という共感覚<sup>3)</sup>一方向性仮説が、オノマトペに対しても当てはまるかどうか、実験で検証し、日本語のオノマトペにおいては、一方向性仮説に反する場合もあれば、複合の感覚を同時に表現する場合もあること、オノマトペでない形容詞を用いた共感覚比喩のほうが、一方向性がオノマトペより強いことを説いている。さらに、小野・坂本・清水（2011）は、オノマトペが複合の感覚を同時に表現できることが、オノマトペ共

感覚比喩が形容詞より理解しやすいことに影響しているのかをめぐり実験を行っている。その結果、オノマトペ共感覚比喩が理解しやすい要因を、理解度が高く表現できる比喩の方向が多い、多くの人の共通のものを表し具体的に想像しやすい、オノマトペ共感覚比喩の使用が有効な場面を予想させることができると結論づけている。

#### 2.1.6 オノマトペの使用実態・使用効果

日本語はオノマトペの多い言語として知られている。山口（1987）の論述によると、印欧語系の言語で最もオノマトペに富むといわれている言語は英語であるが、その英語において、日常に用いられているオノマトペが200語程度であるのに対して、日本語の場合は、日常生活によく使われているオノマトペは1000語以上もあり、英語の約5倍であったとされている。また、擬態語は日本語にのみ存在しており、印欧系の言語には見られなかったという。

日本語オノマトペの使用実態や使用効果について、これまで多くの研究がなされてきた。生き生きとした表現力を持ち、日常の場面に密着した感覚や感情を分かりやすく表現することができるオノマトペは、新聞記事や漫画、雑誌、俳句、絵本などの様々な分野で使用されている。日常会話においても、石黒（2008）は、オノマトペはありありとした情景や動作の様子、心身の状態・内部的な知覚などを描写するために頻繁に利用されると指摘している。

また、しばしば商品の名前にオノマトペが使われるという現象について、田守（2002）は、商品名や広告に使われるキャッチコピーは、できるだけ簡潔な表現が求められており、さらに読み手がすぐに商品のことを理解できるような具体的な描写力を持つインパクトのある表現が望まれているため、オノマトペが大きな役割を果たすと述べている。オノマトペが広告文にとってどのくらい大切な存在かについて、岩永（2008）は「商品の多様化、競争の激化によってキャッチフレーズの力が求められてくる。いかに他より魅力的であるか、魅力的に伝えるかに、心血を注いでいく。その手法としてオノマトペは麻薬のように有効な手段である」（p.36）と述べている。

また、小野（2009）は、オノマトペは標語やキャッチコピーとも合うと指摘している。その理由として、「インパクトが強いからである。簡単なお知らせのようなもので

も、オノマトペを組み込むことによって、印象が強くなり、記憶にも残りやすくなる」(p.231)と述べている。

オノマトペの効果として、ヴィヴィッドな表現力の他に、不可欠性を指摘した先行研究もある。藤野（2008）は、体育・スポーツ現場において指導者や運動実践者は、身体動作を説明する際、「ダンッ」「ドカーン」「バチーン」などのオノマトペを使って表現しており、これ以外の表現で言い表そうとしても、なかなか思い浮かばないのが実情であると述べている。

さらに、中村（1991）、オノマトペをレトリック（修辞技法）の1つとして検討し、具体的に、以下のように定義している。擬音語・擬態語を用いて感覚的に伝えようとする表現技法を「声喩」と呼ぶ。事物・事象の状態を音声的印象に置換して述べるところから「擬態法」とも呼ばれる。音響・音声の模写、動作の模写、状態の模写に三分する場合もある。また、語音と事象との間に音象徴があって成立することとしての広義の「擬声語」、つまりオノマトペのうち、「擬声語」と呼ばれる狭義の擬声語による表現技法を「擬声法」あるいは「写生法」と名付け、擬容語と呼ばれるいわゆる擬態語によって動作や状態を描写する表現技法を「擬態法」あるいは「示勢法」と名付けて二分する場合もある（中村，1991，p.289）。また、オノマトペの効果については、寿岳（1966）は「…擬声・擬態語というものは、そのひとことを聞くだけでかなり条件を設定する能力を持っているということである。当たらずといえども遠からず程度にはその語が使われる場面を再現することができる」(p.113)と述べている。

#### 2.1.7 方言のオノマトペ

日本語には、方言独自のオノマトペが存在する。その土地でしか使われないオノマトペは辞書を引いても出てこない。方言のオノマトペを研究する実用的な意味の1つとして、今村かほる氏は「東北地方の被災地で活動される医療機関の方々が地元の方言を理解するときの手助けになるようなものがほしい」と語っている<sup>4)</sup>。方言のオノマトペ研究の代表例は、東北方言のオノマトペに川越（2005）、岐阜方言のオノマトペに山田（2013）、琉球方言のオノマトペに下地（2013）などがある。また、特定の地域のオノマトペだけではなく、各地の方言のオノマトペを包括的に見て、日本語オノマトペの特



徴を見出す研究には竹田（2015）、浜野（2013）などがある。

#### 2.1.8 歴史的に見るオノマトペ

歴史的な観点からオノマトペを観察する研究も盛んに行われて来た。歴史的な観点というのは、古い時代に使われていたオノマトペという観点、オノマトペの意味変化という観点、オノマトペの文法的機能の変遷という観点、などが含まれる。代表例として挙げられるのは、鈴木（1965）、前島（1967）、中里（2002）、山口（2011）、山口（2012）、佐々木（2012）、小野（2015）、山口（2017a）、山口（2017b）、小野（2017a）などがある。

#### 2.1.9 さまざまなジャンルのオノマトペ

オノマトペには、特殊な分野で特に多用されるという現象も見られる。代表的な先行研究には、文学作品のオノマトペに水藤（2000）、大園（2007）、川越（2008）、茗荷（2008）、田守（2010）、漫画のオノマトペに日向（1986a）、日向（1986b）、日向（1986c）、日向（1986d）、日向（1986e）、日向（1986f）、越前（1989）、陳（2003）、陳（2004）、李（2007a）、李（2007b）、夏目（2013）、スポーツのオノマトペに藤野・井上・吉川（2005）、藤野（2008）、医療のオノマトペに細馬（2017）、料理のオノマトペに瀬戸（2003）、歌謡曲のオノマトペに森山（2012）、石黒（2014）、短歌・俳句・詩歌のオノマトペに小嶋（1970）、小野（2013）、などがある。また、分類が難しい、工学的技術を活用して学際的にオノマトペを分析する研究には坂本（2015）がある。さらに、オノマトペの感性評価システムと生成システムの開発で注目された研究には坂本（2016）がある。また、日本語教育の分野において、オノマトペを扱うかどうか、またどう扱うべきかについても議論されたものとしては、玉村（1989）、秋元（2007）、三上（2007）、有賀（2007）、西村（2009）が挙げられる。玉村（1989）は、日本語教育において扱われるべきオノマトペとして最重要語18語と重要語42語の合計60語を選定しており、そのうち最重要語の18語は初級レベルで教えるべきものとしている。

## 2.2 ファッション雑誌におけるオノマトペに関する先行研究

管見の限り、ファッション雑誌におけるオノマトペに関する先行研究は 2 つである。以下、この有力な 2 つの先行研究に絞って紹介する。男女差によるオノマトペの使用上の差異を見るために調査を行った吉田（2008）と化粧品の広告におけるオノマトペの特徴である多様性と多義性について調査を行ったシティ ハジャ（2014）である。

吉田（2008）は女性ファッション雑誌の『ラブベリー』（2007 年 8 月 1 日発行）と『セブンティーン』（2007 年 7 月 15 日発行）、男性ファッション雑誌『street Jack』（2007 年 8 月 1 日発行）と『GETON!』（2007 年 8 月 1 日発行）の 4 誌を対象に調査を行い、男女による使用差という視点で、この 4 冊の雑誌から抽出したオノマトペの使用量の差、形態の差、後接用法の差の 3 点について検討している。使用量の差については、雑誌におけるオノマトペの出現は女性誌のほうが男性誌の 2.4 倍多いことが明らかにされ、形態の差については、女性誌は 24 形態、男性誌は 15 形態が見られ、女性誌においては新たな形態が存在するのに対し、男性誌には全く存在しなかったと述べられている。後接用法の差では、女性誌ではオノマトペの複合名詞化により長い語を作ったり、短くまとめたりする傾向があるのに対し、男性誌ではオノマトペが後接する動詞を省略したり、言い切ったりして語を短くする特徴があると指摘されている。この研究は、男女差を扱う点で本研究の参考になるが、サンプリングの方法に厳密性を欠き、代表性という点で調査結果に不安が残る。

次に、シティ ハジャ（2014）は『LEE』の 5 年分（計 60 号）の化粧品広告を対象に調査を行っている。その結果、「A ッ B リ」型のオノマトペの使用率が高く、次に多く使用されたオノマトペは「ABAB」型である。また、「ABAB+ABAB」「A ッ B リ+ABAB」という複数のオノマトペを並べて使用する用例も見られた。具体的には、化粧品広告のため、特に「水分」「うるおい」「みずみずしさ」「爽やかさ」が重要なポイントとなり、これらの語はオノマトペの「しっとり」「たっぷり」「しっかり」「すっきり」と共に商品の性質や使い心地あるいは感触を繰り返して表している。頻繁に使われているフレーズは「しっとりうるおい」「たっぷりうるおい」「たっぷりうるおい」「しっとり感」「しっとりなめらか」である。また、「ABAB+ABAB」の用例に「つやつやすべすべ」「A ッ B リ+ABAB」の用例に「しっとりツルツル」「すっきりきらきら」がある。最後に、

「オノマトペ+つく」の用例は「べたつく」「かさつく」のようなマイナスなイメージを与えるものが多い。その一方で、否定パターンの「べたつかない」「べたつかず」などの用例も見られた。つまり、オノマトペを使用して消費者にメッセージを届けることは化粧品広告の望ましいあり方であると言える」と論じている。

### 第3章 本研究の学史上の位置づけ

日本語はオノマトペが豊富な言語であると言われ、日本語オノマトペの研究は盛んに行われてきた。第2章では先行研究、特に本研究と関連する先行研究をまとめたが、ファッション雑誌におけるオノマトペの先行研究は非常に少ないことがわかる。また、社会言語学的な観点からのオノマトペ研究も限定的である。さらに、社会言語学的な観点でファッション雑誌に着眼したオノマトペ研究は、ほとんどない。ファッション雑誌に使用されるオノマトペは、他の媒体で使われるオノマトペと異なる特徴を持ち、社会言語学的に考察する価値があると考えられる。本研究は、オノマトペ研究において、未開拓とも言えるファッション雑誌を研究対象とすることで、新たなオノマトペ研究の端緒となることを目指す。

実際に、わずかしかなないファッション雑誌におけるオノマトペに関する先行研究を具体的に見ていくと、調査対象の偏り、データ量の少なさ、サンプリング方法への不安が残る。例えば、吉田（2008）は4種類のファッション雑誌の各1冊を丸ごと調査対象としているが、データ量はわずか4冊である。また、この4冊の雑誌はすべて10代向けのもので、男女差を検討する以前に年代による差異を考慮していない。一方、シティハジャ（2014）はファッション雑誌『LEE』の5年分を調査対象としているが、一誌のみを対象としており、調査結果の中立性にはやや疑問が残る。また分析対象は、ファッション雑誌の化粧広告に使われるオノマトペである。ファッション雑誌を選択している点は共通するが、分析対象の分野は本研究で扱うファッションのオノマトペとは異なるものである。本研究はファッションに使われるオノマトペだけを扱うため、吉田（2008）ともシティハジャ（2014）とも研究対象が異なる。

本研究は、1つの考察において、できる限り他の要素による影響を排除するため、調査対象とサンプリング方法を考慮している。また、言葉の社会的影響力も無視できない要素と考えており、調査対象は、読者数の多い雑誌に限定する。先行研究を参考に、調査の方法・設計については、論理性や中立性の観点から、十分に検討した。

さらに、管見の限り、ファッション雑誌におけるオノマトペの中国語訳に関する研究は存在しない。文学作品におけるオノマトペの翻訳に関する研究は盛んに行われてきたが、ファッション雑誌におけるオノマトペの翻訳は独自の特徴と問題を持っており、他

の媒体におけるオノマトペの翻訳研究は通用しない。本研究はファッション雑誌におけるオノマトペの翻訳研究の空白を埋めるためのものでもある。

## 第4章 本研究の調査の概要

### 4.1 調査対象

本研究で扱う雑誌は、17 種のファッション雑誌と 1 種の料理雑誌である。具体的に、女性ファッション雑誌はヤング誌『non-no』、『MORE』、『with』、『ViVi』、『JELLY』、アダルト誌『VERY』、『LEE』、『STORY』、『Domani』、『Marisol』の 2012 年 1 月～12 月計 120 冊、『mina』とその中国語版《米娜时尚国际中文版》（以下《米娜》と略称する）の 2017 年 3 月号の計 2 冊、男性ファッション雑誌は『MEN'S NON-NO』、『Gainer』、『LEON』、『Safari』、『Men's JOKER』の 2012 年 1 月～12 月計 60 冊、料理雑誌は『きょうの料理』の 2012 年 1 月～12 月計 12 冊、合計 194 冊の雑誌が調査対象である。雑誌の選定基準は以下で説明する。

女性ヤングファッション雑誌（10 代後半～20 代）

表 2：女性ヤングファッション雑誌の発行部数ランキング<sup>5)</sup>

| 雑誌         | 年代            | 出版社   | 発行部数      |
|------------|---------------|-------|-----------|
| non·no     | 10 代後半～20 代   | 集英社   | 456,667   |
| MORE       | 20 代中心        | 集英社   | 450,000   |
| With       | 20 代中心        | 講談社   | 393,334   |
| ViVi       | 10 代後半～20 代   | 講談社   | 383,334   |
| JELLY      | 10 代後半～20 代前半 | ぶんか社  | 299,924   |
|            |               | 合計    | 1,983,259 |
| mina       | 10 代後半～20 代   | 主婦の友社 | 216,734   |
| CanCam     | 20 代中心        | 小学館   | 213,334   |
| Ray        | 10 代後半～20 代   | 主婦の友社 | 181,200   |
| JJ         | 20 代中心        | 光文社   | 133,767   |
| S Cawaii ! | 10 代後半～20 代   | 主婦の友社 | 113,900   |
| JILLE      | 10 代後半～20 代   | 双葉社   | 87,500    |
| 装苑         | 20 代中心        | 文化出版局 | 42,334    |
|            |               | 合計    | 2,972,028 |

※2012 年 1 月～2012 年 3 月のデータに基づいている

女性ヤングファッション雑誌は、「日本雑誌協会」に登録されている 10 代後半～20 代の女性ファッション雑誌の発行部数の上位 5 位のものを選定した。この 5 誌の発行部数は、10 代後半～20 代の女性ファッション雑誌の発行部数の約 4 割を占めている（40%）。

女性アダルト誌（30代～40代）

表3：女性アダルトファッション雑誌の発行部数ランキング

| 雑誌       | 年代        | 出版社   | 発行部数      |
|----------|-----------|-------|-----------|
| VERY     | 30代中心     | 光文社   | 307,134   |
| LEE      | 30代中心     | 集英社   | 280,000   |
| STORY    | 30代後半～40代 | 光文社   | 243,100   |
| Domani   | 30代中心     | 小学館   | 109,334   |
| Marisol  | 30代後半～40代 | 集英社   | 88,334    |
|          |           | 合計    | 1,027,902 |
| Precious | 30代後半～40代 | 小学館   | 83,334    |
| ミセス      | 40代中心     | 文化出版局 | 68,334    |
|          |           | 合計    | 1,179,570 |

※2012年1月～2012年3月のデータに基づいている

女性アダルトファッション雑誌は、「日本雑誌協会」に登録されている30代～40代の女性ファッション雑誌の発行部数の上位5位のものを選定した。この5誌の発行部数は、30代～40代の女性ファッション雑誌の発行部数の9割弱を占めている(87.14%)。



男性誌

表 4：男性ファッション雑誌の発行部数ランキング

| 雑誌           | 年代          | 出版社         | 発行部数    |
|--------------|-------------|-------------|---------|
| MEN'S NON-NO | 20 代中心      | 集英社         | 176,667 |
| Men's JOKER  | 20 代～30 代   | KK ベストセラーズ  | 158,164 |
| Safari       | 30 代～40 代   | 日之出出版       | 134,734 |
| Gainer       | 30 代以後      | 光文社         | 85,134  |
| LEON         | 40 代～50 代   | 主婦と生活社      | 82,934  |
|              |             | 合計          | 637,633 |
| pen          | 20 代～30 代   | CCC メディアハウス | 67,250  |
| MEN'S CLUB   | 30 代～40 代   | ハースト婦人画報社   | 53,354  |
| UOMO         | 30 代～40 代   | 集英社         | 47,667  |
| POPEYE       | 20 代中心      | マガジンハウス     | 41,834  |
| MEN'S EX     | 30 代後半～50 代 | 世界文化社       | 41,250  |
| ENGINE       | 30 代～40 代   | 新潮社         | 29,500  |
|              |             | 合計          | 918,488 |

※2012 年 1 月～2012 年 3 月のデータに基づいている

男性ファッション雑誌は、「日本雑誌協会」に登録されている男性ファッション雑誌の発行部数の上位 5 位のものを選定した。この 5 誌の発行部数は、「日本雑誌協会」に登録されている男性ファッション雑誌の発行部数の約 7 割を占めている（69.42%）。

つまり、調査対象と選定したファッション雑誌は、それぞれのジャンルで発行部数が最も多いものであり、それらに使われる言葉は、それぞれの読者層の中で一定の社会的影響力があると言える。

また、中日対照のために選んだ調査対象は、女性ヤングファッション雑誌の第 6 位である『mina』とその中国語版《米娜》である。これは中国語版のファッション雑誌を中心に考えた結果である。現在、中国で公的に発行が認められている日系ファッション

雑誌は《瑞麗》(『Ray』)、《昕薇》(『ViVi』)、《米娜》(『mina』)の3つである。発行部数に関するデータが公表されていないため、中国出版社側が作ったオリジナルの内容が最も少なく、原文に近いスタイルが味わえると思われる《米娜》を調査対象に選定した。さらに、その原版『mina』も女性ヤングファッション雑誌の発行部数ランキングで第6位であり、読者が多く、影響力のあるファッション雑誌である。このような理由から、『mina』とその中国語版《米娜》が日中対照の最適な調査対象であると判断した。

比較対象としての料理雑誌については、『きょうの料理』を選んだ理由は以下の通りである。ファッション雑誌とのバランスを考えると食べ物を紹介するグルメ雑誌などがより適切と思われるかもしれないが、グルメ雑誌は高い購読者数を誇る月刊誌が少なく、あっても、1冊の雑誌に、旅行や観光、家事や健康などの一部を担うものが多い。そこで、性差や年代差の影響を受けにくく、代表性の高いレシピ雑誌であると考えられる『きょうの料理』を視野に入れた。レシピ雑誌の『きょうの料理』は、料理の作り方をいかにわかりやすく紹介することと料理の出来上がりがどのような状態なのかをできるだけ生き生きと読者に伝えることが重要なポイントであり、オノマトペもそのために使用されている。つまり、何かをわかりやすく生き生きと説明するためにオノマトペを使用するという点は、ファッション雑誌と類似する。他に、食に関するオノマトペを扱うときにグルメ雑誌ではなくレシピに出現したオノマトペを対象にしたものには石黒(2017)などがある。

#### 4.2 調査手順

ファッション雑誌の構成は、大きくファッションのページ、ビューティーのページ、ライフスタイルのページ、その他のページの4つの部分に分けられる。本研究では、ファッションのページのみ扱う。

日中対照以外の研究は、調査対象をランダムサンプリングし、サンプルのページに使われるオノマトペ、およびオノマトペを作る語基が含まれている語(以下、オノマトペ語と称する)を抜き出し、文単位でデータベースを作る。データベースの間で比較を行う。

日中対照では、ファッションのページの全てを対象とする。同様に、オノマトペ語を

抜き出し、文単位でデータベースを作り、日本語データベースと中国語データベースの間で比較を行うという手順である。

具体的な手順は、以下の章で、詳しく述べる。

また、本研究では、同じ語基で作られたオノマトペ語の語彙群を「【語基】系」と呼ぶ。例えば、「ちょっぴりレトロなデザイン」や「ちょこっとガーリー」「ちょい厳しめ」の【ちょっぴり】、【ちょこっ】、【ちょい】を「【ちょ】系」と一括する。「ばっちり」のような一形態しかないオノマトペ語や「そわそわ」のように形態が変わることによって意味が変わってしまうものは「系」という言葉を使わず、「【ばっちり】」「【そわそわ】」と呼ぶ。

#### 4.3 オノマトペの判定基準

オノマトペであるかどうかを判断する際に、小野正弘（2007）『日本語オノマトペ辞典：擬音語・擬態語 4500』（約 4500 語）と山口仲美（2003）『暮らしのことば 擬音・擬態語辞典』（約 2000 語）を基準とした。両方の辞書に載っている言葉をオノマトペ語であると判定する。

問題は、ファッション雑誌は新語が多いため、1つの辞典のみに載っている言葉、あるいは両方とも載っていない言葉もあり得るという点である。また、辞典に記載されたオノマトペの語基の派生形も本調査では考察の対象とするが、それもオノマトペなのかどうかを客観的に判断しなければならない。そこで、5名の日本語母語話者（いずれも日本語・日本語教育を専攻する大学院生・大学院修了生）にアンケート調査を実施した。具体的には、オノマトペだと思う＝1点、オノマトペかもしれない＝0点、オノマトペだと思わない＝－1点とし、5名の合計が3点を超えるものをオノマトペ語と判断した。

その結果、1つの辞書にしか収録されていない、あるいは両方とも収録されていない言葉でオノマトペだと判断されたり、あるいはオノマトペから除外されたりするものがある。例えば、「【きっ】と」は、小野（2007）に載っているのだが、副詞の使い方が定着しすぎており母語話者にとってオノマトペだという認識が非常に薄れているようである。また、漢語のオノマトペ、例えば【楽々】【満々】なども母語話者にとってオノマトペだと思われていないようである。更に、【ゆる】のような、形容詞「ゆ

るい」が存在しているため、オノマトペの語基だと認識しがたい場合もあることがわかった。今回のアンケート調査により、「【ゆる】+名詞」（例えば「【ゆる】ボトムス」）の【ゆる】はオノマトペ語基ではない一方、「【ゆる】+形容詞・形容詞の一部」（例えば「【ゆる】可愛い」）の【ゆる】はオノマトペ語基であるという結果が出た。

## 第5章 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差

### 5.1 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差の目的

言葉の年代差による使用上の差異を見るのは社会言語学の重要な方法の1つである。ファッション雑誌は年代差がはっきり出ている媒体である。1つの雑誌の目指す読者群は特定されているためである。分け方が異なっているが、ファッション雑誌は大まかに、ティーンズファッション雑誌、ヤングファッション雑誌、アダルトファッション雑誌、ミドルエイジファッション雑誌、シニアファッション雑誌に分類されている。それぞれのファッション雑誌の言葉の使用は、年代差による影響が大きいと考えられる。この調査は、それを明らかにするために実施したものである。

### 5.2 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差の調査対象

本調査において、女性ヤング誌は『non-no』、『MORE』、『with』、『ViVi』、『JELLY』の2012年1月～12月計60冊(グループA)、アダルト誌は『VERY』、『LEE』、『STORY』、『Domani』、『Marisol』の2012年1月～12月計60冊(グループB)、合計120冊のデータを取った。

### 5.3 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差の調査方法

グループAはファッションのページ総数が8351ページ、グループBは8046ページである。それぞれ10%の抽出率でランダムサンプリングを行い、835ページ、804ページを得た。

そこから、抽出したサンプルのページに現れるオノマトペ語を抜き出し、文単位でデータベースを作成した。それぞれ、データAとデータBである。比較は、データAとデータBの間で行う。

### 5.4 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差の結果分析・考察

#### 5.4.1 年代差によるオノマトペの使用回数の差異

調査結果は以下の通りである。835ページのヤング誌にはオノマトペ語が1768回、804ページのアダルト誌には1361回出現した。ヤング誌の使用回数はアダルト誌の使

用回数を少し上回っているようだが、さほど大きな差はなかった。

以下、ヤング誌とアダルト誌それぞれのオノマトペ語を具体的に見る。オノマトペ語の使用回数が第1位から第10位までのランキングは次の表5の通りである。参考には、  
( ) に対象になる雑誌での使用回数を示す。

表 5 : オノマトペ語使用回数ベスト 10

|    | ヤング誌                                               | アダルト誌                                            |
|----|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1  | 【ちょ】系187回（51回）<br>[ちょい、ちょこ、ちょこちょこ、ちょこっ、ちょこん、ちょっぴり] | 【きち】系192回（79回）<br>[きちっ、きちん、きっちり]                 |
| 2  | 【ふわ】系126回（90回）<br>[ふわ、ふわっ、ふわっふわ、ふわふわ、ふわり、ふんわり]     | 【ぴた】系96回（93回）<br>[ぴた、ぴたっ、ぴたぴた、ぴたり、ぴったり]          |
| 3  | 【すっきり】97回（83回）                                     | 【ふわ】系90回（126回）<br>[ふわ、ふわっ、ふわふわ、ふわり、ふんわり]         |
| 4  | 【ぴた】系93回（96回）<br>[ぴた、ぴたっ、ぴたり、ぴったり]                 | 【すっきり】83回（97回）                                   |
| 5  | 【きち】系79回（129回）<br>[きちん、きっちり]                       | 【ちょ】系51回（187回）<br>[ちょい、ちょいつ、ちょこ、ちょこっ、ちょこん、ちょっぴり] |
| 6  | 【ゆる】系73回（37回）<br>[ゆる、ゆるっ、ゆるゆる、ゆるん]                 | 【ざく】系50回（35回）<br>[ざくざく、さくっ、ざっくり]                 |
| 7  | 【たっぷり】72回（40回）                                     | 【さら】系45回（50回）<br>[さらさら、さらっ、さらり]                  |
| 8  | 【きら（ぎら）】系56回（28回）<br>[きら、ぎら、きらきら、ぎらぎら、きらっ、きらっ、きらり] | 【ゆったり】45回（23回）                                   |
| 9  | 【ちら】系50回（24回）<br>[ちら、ちらっ、ちらり、]                     | 【しっかり】41回（43回）                                   |
| 10 | 【さら】系50回（45回）<br>[さら、さらっ、さらり]                      | 【たっぷり】40回（72回）                                   |

1 位～5 位までは、多用されるオノマトペ語は重なっており、順位が異なるだけである。6 位から 10 位までは、多用されるオノマトペ語は若干の違いが見られる。まとめると、表 5 からは、ヤング誌でもアダルト誌でも、多く使われるオノマトペ語はほとんど変わらないことがわかる。つまり、ファッション雑誌に好まれるオノマトペ語は年代差による使用回数上の差異はほとんどない。

しかし、やはり表現しようとする内容や雰囲気が異なるために、多用されるものは順位が異なる。例えば、ヤング誌の 1 位は【ちょ】系で 5 位は【きち】系であるのに対して、アダルト誌はちょうど逆になっている。ヤング誌には【ちょ】系が 187 回出現しているのに対して、アダルト誌には 51 回出現し、【ちょ】系はアダルト誌に有意に多い ( $\chi^2=50.074$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ )。また、【きち】系はヤング誌には 79 回出現しているのに対して、アダルト誌には 192 回出現し、【きち】系はアダルト誌に有意に多い ( $\chi^2=89.104$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ )。

例で見てみると、ヤング誌は、

- (1) 【ちょこっ】とスポーツ BOOM がきた！！（女性誌『ViVi』、3 月号、p.77）
- (2) ラメタイツを合わせて、【ちょい】ロックに着こなして。（女性誌『ViVi』、9 月号、p.90）
- (3) しゃきつとしたシャツで【ちょっぴり】きれいめを意識（女性誌『MORE』、3 月号、p.45）

のように、活気溢れるリズムで「少し」を意味する言葉として【ちょ】系のオノマトペ語が多用されている。

一方、アダルト誌は、

- (4) 落ち着いたモノトーンのツイードだから、【きちん】と感は十分です。（女性誌『VERY』、3 月号、p.125）
- (5) 清潔感があって、カジュアルでも【きちん】と見えるネイビーの服は、VERY 世代の強い味方。（女性誌『VERY』、5 月号、p.134）



のように、落ち着いた大人の女性像を描くのに【きち】系が多く使われている。

また、表5の6位から10位まで見てみると、ヤング誌は【ゆる】系や【きら（ぎら）】系、【ちら】系を好むのに対して、アダルト誌は【ゆったり】や【ざく】系を好むことがわかる<sup>6)</sup>。【ゆる】系 ( $\chi^2=4.104, df=1, p<.05$ ) は、ヤング誌に有意差がある。【きら（ぎら）】系 ( $\chi^2=3.215, df=1, .05<p<.10$ )<sup>7)</sup>、【ちら】系 ( $\chi^2=3.328, df=1, .05<p<.10$ ) は、ヤング誌に有意傾向がある。一方、【ゆったり】 ( $\chi^2=13.620, df=1, p<.10$ )、【ざく】系 ( $\chi^2=7.723, df=1, p<.10$ ) はアダルト誌に有意傾向がある。

ヤング誌とアダルト誌の好むオノマトペ語が異なるのは、ヤング誌とアダルト誌の描く女性像の違いに繋がるかもしれない。具体的に見てみると、ヤング誌は【きら（ぎら）】系は56例のうち、43例がファッションにアクセントをつけるためのワンポイントを描くものであり、また【ちら】系は50例のうち、49例が肌やインナー、あるいはポイントになるファッションものを「チラ見せ」するに使われるものである。また、【ゆる】系は73例のうち、34例は形の描写に使われるものであり、残りの39例は雰囲気の詳細に描写に使われるものである。「ゆるかわ（ゆるかわいい）」や「ゆるふわ」などはその代表例である。若い世代の女性は、「ゆるかわいい・ゆるふわ」のイメージを求め、きらきらしたものを身につけ、何かを「チラ見せ」するワンポイント重視のファッション観が想像できるだろう。それに対して大人の女性は、体型を人に見せつけようとするようなぴったりとする洋服や、きらきらしたり露出度のある「チラ見せ」のような洋服を求めているようである。【ゆったり】と【ざく】系のオノマトペ語が多用されるのは大人女性のファッション観の反映と考えられる。【ゆったり】は45例のうち、43例がサイズ感についての描写に使われるものである。また、【ざく】系は50例のうち、48例が「ざっくりニット」「ざっくりカーディガン」などのような質感を形容するものである。若い世代よりもっと上質を求める大人の女性は、人にきついイメージを持たせたり、距離を感じさせたりするようなファッションではなく、形はゆったりし、素材はざっくりするようなファッションを好む傾向があるらしい。なぜなら、大人の女性の美意識は、若い世代の美意識の延長線にある雰囲気を持たせるような表現ばかりのためである。しかし、やはり微妙に異なる。例えば、体にぴったりしすぎないようなサイズ感を描写す

る際に使われるオノマトペ語は、ヤング誌は【ゆる】、アダルト誌は【ゆったり】を好んで選ぶ傾向がある。ヤング誌とアダルト誌は、異なるイメージを表現しようとする際に、異なるオノマトペ語を選ぶと推測できる。つまり、求めるイメージの違いはファッション雑誌の言葉遣いを左右する理由であり、言葉遣いに反映されることでもある。

さらに 10 位以降を見てみると、ヤング誌にだけ出現したオノマトペ語の種類は明らかにアダルト誌より多い。それは次ページの表 6 の通りである。

表 6：ヤング誌にだけ出現したオノマトペ語と  
アダルト誌にだけ出現したオノマトペ語

| 行 | ヤング誌                                                                                                                                | アダルト誌                                                     |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| あ | 【うふふ】、【うる】系                                                                                                                         |                                                           |
| か | 【ぎょっ】、【ぎりぎり】、【こってり】、【ぎざぎざ】、<br>【ごちゃ】系                                                                                               | 【がっかり】、<br>【くしゃ】系                                         |
| さ | 【じゃら】系、【しゅっ】、【じわ】系、【そっくり】、<br>【さんさん】、【じゃん】、【ずっしり】、【そわそわ】                                                                            | 【ずぼ】系                                                     |
| た | 【どっしり】、【たふん】、【ちゃっかり】、【つんつるて<br>ん】、【つん】、【てっとり】、【てきぱき】、【とほほ】                                                                          | 【でっぱり】、<br>【どっしり】                                         |
| な | 【にや】系、【のっぴり】、【のっぺり】                                                                                                                 | 【のらりくら<br>り】、【ぬく】系                                        |
| は | 【ぱっきり】、【ぱっくり】、【ぱり】系、【はんなり】、<br>【ぴか】系、【ぷっくり】、【ぷり】系、【ぼっくり】、<br>【ぽん】、【ぽんやり】<br>【ばさ】系、【びっ】、【びびっ】、【ぴん】、【ふむ】系、<br>【ぶつ】系、【ぼーっ】、【ぼつ】系、【ほや】系 | 【ばた】系、<br>【ぱり】系、<br>【ぷよ】系、<br>【ぽってり】、<br>【ぱつぱつ】、<br>【ぼた】系 |
| ま | 【まったり】、【めちゃめちゃ】、【もや】系、<br>【めじ】系、【もた】系                                                                                               | 【めろめろ】                                                    |
| や | 【ゆら】系                                                                                                                               | 【ゆったり】                                                    |
| ら | 【るんるん】                                                                                                                              |                                                           |

表 6 のオノマトペ語はファッション雑誌では使用回数が 1 回のものがほとんどだが、アダルト誌と比べてヤング誌は、豊富な表現を使っていることがわかる。ヤング誌のオノマトペ遣いのほうが、読んで飽きない新鮮感を漂わせている。言葉のバリエーション

で得られた新鮮感で、活発なイメージを作ろうとしている点が垣間見えるだろう。

#### 5.4.2 年代差によるオノマトペの描写対象の差異

使用回数は変わらないが、用法を見てみると差異のあるオノマトペ語もある。表 7 に出ている【ふわ】系のオノマトペ語を例に、分析を試みる。【ふわ】系のオノマトペ語は、ヤング誌の 126 回の使用回数と比べ、アダルト誌は 90 回の使用回数であり、有意差はなかった。しかし、【ふわ】系の用法を詳しく見てみると、【ふわ】系の描写対象による使用回数の差に表 7 の通りとなり。雰囲気・色を描写するものが多く見られた。

表 7：ヤング誌とアダルト誌の【ふわ】系のオノマトペ語

|       | 形・素材 | 雰囲気・色 |
|-------|------|-------|
| ヤング誌  | 108回 | 18回   |
| アダルト誌 | 88回  | 2回    |

形・素材が描写対象である【ふわ】系のオノマトペ語は、

- (6) 【ふわっ】と広がるラインとフロントのフリルが本当にキュート。(女性誌『non-no』、6月号、p.109)
- (7) 【ふわふわ】のはき心地。(女性誌『non-no』、1月号、p.112)

のように可視・可感の【ふわ】である。その一方、

- (8) 【ふんわり】可愛いカジュアルミックスコーデを楽しめるお店です♪(女性誌『non-no』、5月号、p.105)
- (9) 全身白とか、【ふわっ】とした色を元気系のコが着るとすごく可愛いと思います！(女性誌『ViVi』、5月号、p.117)

のように、雰囲気・色が描写対象である【ふわ】系のオノマトペ語は、抽象的なイメージを描写する【ふわ】である。ということは、今回の調査結果によると、アダルト誌に

使われる【ふわ】系のオノマトペ語はほとんどが形・素材を描写する、つまり視覚的に認識したり、直接的に感じることできる【ふわ】である。それに対して、ヤング誌は雰囲気や色の描写にも【ふわ】系のオノマトペ語を使っている。これは、「ふわ可愛い」というイメージが、昨今の若者女子のモデルとも合う結果である。それに対して、大人の女性の理想像といえは「ふわ可愛い」と正反対の「落ち着いた」女性である<sup>8)</sup>。つまり、大人の女性は「【ふわふわ】するような可愛さ」を求めているないので、雰囲気・色を描写する【ふわ】系のオノマトペ語はほとんど使われない。それは【ふわ】系のオノマトペ語の使用率の差にも影響していると考えられる。

#### 5.4.3 年代差によるオノマトペの形態の差異

第2章で述べたように、田守(1993)はオノマトペの形態を CV、CVQ、CVN、CVV、CVVQ、CVVN、CVQ-CVQ、CVN-CVN、CVV-CVV、CVCV、CVCVQ、CVCVri、CVCVN、CVQCV、CVNCV、CVQCVri、CVNCVri、CVCV2、CVCVri2、CVCVN2、CVCV2 の変種、特殊の形態の 22 種類とまとめた。

今回の調査から見て、CVCVN 以外、ヤング誌とアダルト誌は各形態のオノマトペ語の出現率に大きい差はなかった。使用の形態の種類もほぼ重なっている。最も多用されるのは、両誌とも CVQCVri の形態であり、ヤング誌とアダルト誌全体のオノマトペ語のそれぞれ 33.6%、36.9%を占めている。CVCVN については、アダルト誌の CVCVN はほとんど【きち】系(「きちんと」)で、ヤング誌よりかなり多い。ゆえに、アダルト誌の CVCVN はヤング誌の 2 倍である。

もう 1 つ大きい差が見られたのは、田守(1993)の分類には無かった、オノマトペの語基を使って新しい言葉を作る用法の類である。筆者はそれを特殊な使い方と名付け、表 8 に含めた。

この類のオノマトペ語は、ヤング誌に 331 回、アダルト誌に 118 回出現し、ヤング誌に有意差があった ( $\chi^2=62.402$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ )。

表 8 : ヤング誌とアダルト誌の形態の比較

| 形態 | ヤング誌 | アダルト誌 | ヤング誌 | アダルト誌 |
|----|------|-------|------|-------|
|----|------|-------|------|-------|

|             | 回数  | 回数  | 出現率   | 出現率   |
|-------------|-----|-----|-------|-------|
| CV          | 1   | 4   | —     | —     |
| CVQ         | 125 | 108 | 7.1%  | 7.9%  |
| CVN         | 43  | 15  | 2.4%  | 1.1%  |
| CVV         | 0   | 1   | —     | —     |
| CVVQ        | 5   | 1   | —     | —     |
| CVVN        | 1   | 1   | —     | —     |
| CVN-CVN     | 14  | 4   | —     | —     |
| CVCVQ       | 188 | 119 | 10.6% | 8.7%  |
| CVCVri      | 80  | 77  | 4.5%  | 5.7%  |
| CVCVN       | 101 | 203 | 5.7%  | 14.9% |
| CVQCV       | 3   | 0   | —     | —     |
| CVQCVri     | 594 | 502 | 33.6% | 36.9% |
| CVNVCVri    | 81  | 90  | 4.6%  | 6.6%  |
| CVCV2       | 151 | 76  | 8.5%  | 5.6%  |
| CVCV2 の変種   | 6   | 2   | —     | —     |
| CVCVri2 の変種 | 0   | 1   | —     | —     |
| 特殊な形態       | 44  | 39  | 2.5%  | 2.9%  |
| 特殊な用法（新）    | 331 | 118 | 18.7% | 8.7%  |

この特殊な使い方を具体的に分析すると、いくつかの造語ルールが見られた。

①オノマトペの語基＋名詞（あるいは名詞の一部）＝ファッション専門名詞

- (10) ハイウエストの【ピタ】ボトムで脚長効果もゲット！！（女性誌『JELLY』、  
12月号、p.74）
- (11) キレイ色ニット×花柄の【ふわ】スカはアイドルOLの鉄板（女性誌『with』、  
4月号、p.126）

②オノマトペ A の語基＋オノマトペ B の語基＝新しい語

- (12) 大好きピンクも、【ふわ】【もこ】で女子力倍増。(女性誌『with』、3月号、p.55)

③オノマトペの語基＋形容詞（あるいは形容詞の一部）＝新しい形容詞

- (13) デートだったらこんな【ゆる】スイートな感じが♡(女性誌『non-no』、3月号、p.113)

- (14) 素材やデザインを【ちょこ】スポにするのが古く見えないカギ。(女性誌『ViVi』、3月号、p.82)

④オノマトペの語基＋動詞の一部＝新しいサ変動詞

- (15) ゴールドベージュのダウンジャケットは、内側のピンクを【ちら】見せしてコーデにインパクトをプラス。(女性誌『non-no』、12月号、p.141)

⑤単独で使う

- (16) お好みは【ゆる】・【ぴた】・【ふわっ】！！(女性誌『non-no』、5月号、p.119)

- (17) きちんと系アイテムでありながら、“【ピタ】”でも“【ダボ】”でもない絶妙なサイズ感が、こなれた印象を強めてくれる。(女性誌『Domani』、8月号、p.87)

①「オノマトペの語基＋名詞＝ファッション専門名詞」という造語ルールは田守・スコウラップ（1999）による、オノマトペの名詞への派生——複合名詞を作る用法でもある。この用法は、ファッション雑誌では使う頻度も使う範囲も日常より拡大されている。また、この用法により作られた複合名詞はファッションに密接する、1種の専門用語を形成している。

また、④「オノマトペの語基＋動詞の一部＝新しいサ変動詞」という用法については、例えば「チラ見せ」や「ちょい足し」などの組み合わせは日常生活でもしばしば耳にするものである。

斬新なのは、②「オノマトペ A の語基+オノマトペ B の語基=新しい語」と③「オノマトペの語基+形容詞(あるいは形容詞の一部)=新しい形容詞」と⑤「単独で使う」の用法である。先行研究でもあまり指摘がなく、日常的な言葉でもない。この 3 つの用法は、ファッション雑誌の創造か、ファッション雑誌によって広められた使い方である可能性がある。

以上の 5 種類の特特殊な使い方は、ファッション雑誌の表現を豊富にする。アダルト誌と比較し、ヤング誌のほうがこの特特殊な使い方を好むという傾向が明らかになった。

#### 5.4.4 年代差によるオノマトペの表記の差異

表記は、以下の表 9 で結果を示す。

表 9：ヤング誌とアダルト誌の表記の比較

| 表記   |              | ヤング誌         | アダルト誌        |
|------|--------------|--------------|--------------|
| ひらがな |              | 1298 (73.4%) | 1085 (79.7%) |
| カタカナ |              | 453 (25.6%)  | 275 (20.2%)  |
| その他  | ひらがなとカタカナの混用 | 9 (0.6%)     | 1 (0.1%)     |
|      | アルファベット      | 4 (0.2%)     | 0 (0)        |
|      | 符号混じり        | 4 (0.2%)     | 0 (0)        |

表 9 を見てわかるのは、ヤング誌でもアダルト誌でも、最も基本的な表記はひらがなであるということである。それぞれ 73.4%と 79.7%の比率で使われている。カタカナは、ヤング誌はアダルト誌より 5.4%多かった。また、その他の項目は普通に使われているひらがなとカタカナ以外の表記であり、今回の調査では、ひらがなとカタカナの混用とアルファベット符号混じりの 3 種類が現れた。ひらがなとカタカナの混用はヤング誌が 9 回であり、アダルト誌は 1 回しかなかった。また、アルファベットと符号混じりのオノマトペ語はヤング誌には出現しているのだがアダルト誌には出現していない。まとめて見ると、その他の項目は、ヤング誌には 1%の比率で出現しているのに対して、アダルト誌には 0.1%しか出現しなかった。カタカナとその他の表記はヤング誌のほうに多



いことに関しては、以下のように考えられる。まず、意識せずに普通に使われているひらがなと漢字で書かれた文章の中に点在するカタカナについては、喜古（2007）によると意味面においても音声面においても強調の働きがあるという。また、アルファベットや符合混じり表記の使用については、強調する目的もあり、視覚的により変化が富む文章にする意図もあると考えられる。例えば、

(18) 【がつつり】あきじゃなくて、ほどよくあいているものを選ぶのが品を保つ秘訣のようです。（女性誌『ViVi』、5月号、p.117）

(19) 前は首までつまってて露出が少ないのに、後ろは【ガッツリ】あいてるってというのがおしゃたんテクのある優秀ワンピ。（女性誌『ViVi』、4月号、p.151）

上記 2 つの【がつつり】を見ると、(19) のカタカナの【ガッツリ】のほうが、「がつつり度」が上がっているような気にさせられる。文脈でも、(18) は【がつつり】あきじゃなくてほどよくというスタイルを提唱しているのに対して、(19) は後ろが【ガッツリ】あいていたほうがオシャレだと言っている。それから、音声的に考えると、【ガッツリ】のほうが会話の中でより大きな声で発音されるように想像できるだろう。このカタカナの使用は、【がつつり】の度合いを上げる効果があると考えられる。

次に、ヤング誌に多いひらがなとカタカナの混用と、アダルト誌に存在していないアルファベットや符合混じりの表記の例も見てみる。

(20) 【テロっ】と感のある素材で、きれいめな着こなしにも対応します。（女性誌『with』、11月号、p.110）

(21) この秋冬から、注目の大人気ブランドが続々【ufufu】girls♡の仲間入り！！  
（女性誌『ViVi』、12月号、p.264）

(22) 資料を眺めても頭は働かず【ぼ〜っ】と過ごすこと 3 時間（女性誌『MORE』、11月号、p.60）

(23) トップスは背中がレース素材になっていて、JK を脱いだ時に【ドキッ♡】とさせそう。（女性誌『ViVi』、10月号、p.260）

以上の例の示す通り、カタカナの使用も、符号の使用も、単調な文章を豊かに見せてくれる有効な手段となっている。ヤング誌は、写真や絵だけでなく、文字にも視覚的なぎやかさとインパクトを追求している。それに対してアダルト誌は、普通の表現に近い文章を作っており、穏やかで装飾なく綴るようなイメージとなっている。

#### 5.4.5 年代差によるオノマトペの文末表現の差異

文末表現については、文学作品や新聞記事には「体言止め」という表現手法が見られる。余韻を残したり、文全体のリズムを整えたりする効果がある。インパクトを与えて強調する効果や字数を縮めて事実を伝える効果も発揮している。

ファッション雑誌の文を見てみると、主語も述語も欠かさない完成した形で終わる文もあったり、オノマトペ語で終わるのもあったりする。オノマトペ語、あるいはオノマトペ語の直後に使われる「と」/「に」で終わる文の出現回数は、ヤング誌では 133 回であり、アダルト誌では 70 回となり、ヤング誌に有意差が見られた ( $\chi^2=6.789$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ )。以下、例を挙げる。

(24) リッチで可愛くて、春に【ぴったり】！（女性誌『MORE』、3月号、p.36）

(25) シンプルなルックスに「b.」ロゴを【そっ】と♡（女性誌『MORE』、5月号、p.155）

(26) シルエットは女の子らしく “【ゆる】【ふわ】” に。（女性誌『non-no』、3月号、p.199）

先行研究の少ない「オノマトペ語で文が終わる」については石黒（2007）が挙げられる。石黒（2007）はそれを点描文体の手法の 1 つと述べており、文章に緩急をつける効果や読者にダイレクトに届く効果、余韻が生じる効果、文連続に勢いが出る効果、写真や絵と補いあう効果などがあると指摘している。

本調査でも、オノマトペ語を文彩として最後に置き、強調したいオノマトペ語に重量感を与えることによって、文章にアクセントを加える効果があることを示している。また、最後まできちんと言い終える文より、短くて躍動感のあるリズムの醍醐味も味わえ

る。雑誌の紙幅を考慮し、限定されたスペースに最大限に情報を盛り込むためにも、最後まで言わずに、オノマトペ語で終わる文が必要とされる。

今回の調査で得られた、オノマトペ語、あるいはオノマトペ語の直後に使われる「と」/「に」で終わる文は、ヤング誌のほうが多いという結果は、ヤング誌とアダルト誌のこの手法における差を示している。この差には3つの理由が考えられるだろう。まず、ヤング誌は活発な雰囲気を作るためにリズム感を重視する。次に、ヤング誌は文末に置かれるオノマトペ語の視覚的インパクトをより強調する傾向がある。そして最後に、ヤング誌は情報を大量に盛り込む一方、アダルト誌は情報を適量に伝える、という傾向があると推測されるため、結果としてヤング誌のほうに字数の制約などの影響から最後まで言わずにオノマトペ語で終わる文が多かったのではないだろうか。

## 5.5 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差のまとめ

本調査の結果を以下の通りまとめる。

ヤング誌とアダルト誌のオノマトペ語の使用回数の差はさほど大きくなかった。特に、多く使われているオノマトペ語は共通したものが多い。

一方、具体的な内容の違いや雰囲気作りのために、多用されるものは順位も異なるし、ヤング誌にだけ出現したオノマトペ語の種類はアダルト誌より多い。

次に、オノマトペ語は、使用回数は近いものの、用法を見ると比較的差異のあるものがある。具体例として挙げたのは【ふわ】系のオノマトペ語である。アダルト誌はほとんど形・素材の描写に【ふわ】系のオノマトペ語を使用している一方、ヤング誌は雰囲気や色の描写にも【ふわ】系のオノマトペ語を多用している結果となった。つまり、描写対象はオノマトペ語の使用率にも影響していると考えられる。

さらに、ヤング誌とアダルト誌に出現したオノマトペ語は形態もそれぞれの特徴を持っている。ヤング誌は、ファッション雑誌特有の特殊なオノマトペ語の形態を好んで多用しているのに対して、アダルト誌はより保守的で安定したオノマトペ語の形態を好んで用いる傾向が見られた。

表記については、ヤング誌のほうが、「ひらがなとカタカナの混用」「アルファベット」「符号混じり」の表記が多かった。理由として考えられるのは、ヤング誌は、文字

の視覚的なにぎやかさとインパクトを追求しており、カタカナや符号混じりのオノマトペ語を、表現を豊かに見せる有効な手段として使っている点である。アダルト誌の穏やかで装飾なく綴るような文章とは対照的である。

最後に、文末表現は、ヤング誌はアダルト誌より、オノマトペ語、あるいはオノマトペ語の直後に使われる「と」/「に」で終わる文が多かった。ヤング誌は活発な雰囲気を作るためにリズム感を重視する、視覚的インパクトをより強調する傾向がある、情報を大量に盛り込もうとすると傾向があるためだと考えられる。

今回の調査では、ヤング誌とアダルト誌に使用されるオノマトペ語の特徴はある程度解明できた。分析の対象とする使用回数、描写対象、形態、表記と文末表現それぞれの差異は、ヤング誌とアダルト誌がそれぞれ求める理想像が異なり、その理想像に沿ってオノマトペ語の表現も異なるという特徴を示している。

## 第6章 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差

### 6.1 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差の目的

ファッション雑誌の最も顕著な特徴の1つは、「男」性と「女」性が出ていることである。つまり、男性ファッション雑誌と女性ファッション雑誌に性差がはっきり見られるということである。言語を社会言語学的に見る研究の中で、性差による言語への影響を探る方法がよく使われる。性差がはっきり見えるファッション雑誌の場合、オノマトペは使用上、性差によりどのような特徴を呈しているだろうか。それを明らかにするのが本調査の目的である。

### 6.2 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差の調査対象

本調査において、女性ファッション雑誌は『non-no』、『MORE』、『with』、『ViVi』、『VERY』の2012年1月～12月計60冊(グループC)、男性ファッション雑誌は『MEN'S NON-NO』、『Gainer』、『LEON』、『Safari』、『Men's JOKER』の2012年1月～12月計60冊(グループD)、合計120冊のデータを取った。

### 6.3 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差の調査方法

グループCはファッションのページ総数が8,867ページであり、グループDは10,061ページである。それぞれ10%の抽出率でサンプルをランダムに抽出すると、887ページと1,006ページとなる。そこから、抽出したサンプルのページに現れるオノマトペ語を抜き出し、文単位でデータベースを作った。これがそれぞれ、データCとデータDである。データCとデータDの間で比較を行う。

### 6.4 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差の結果分析・考察

#### 6.4.1 男女差によるオノマトペの使用回数と形態の差異

調査結果によると、1,006ページの男性誌では、オノマトペ語の使用回数が1,287回であるのに対し、887ページの女性誌ではオノマトペ語の使用回数が1,974である。1ページあたりの使用回数は、男性誌は、1.28回であるのに対して、女性誌は、2.23回である。女性誌のほうでオノマトペ語の使用が好まれていることがわかる。

また、形態については、男性誌は 16 種類の形態のオノマトペ語、女性誌は 17 種類の形態のオノマトペ語が使用されている結果である。つまり、性差による形態の種類の差異は考えにくい。

#### 6.4.2 男性誌と女性誌に多用されるオノマトペ語

男性誌と女性誌がそれぞれ多用されるオノマトペ語のベスト 10 を表 10 で示す。参考には、（ ）に対象になる雑誌での使用回数を示す。

表 10：男性誌と女性誌オノマトペ語出現回数ベスト 10

|    | 男性誌             | 女性誌               |
|----|-----------------|-------------------|
| 1  | 【ちょ】系142 (183)  | 【ちょ】系183 (142)    |
| 2  | 【すっきり】105 (110) | 【ふわ】系151 (19)     |
| 3  | 【しっかり】104 (44)  | 【きち】系149 (31)     |
| 4  | 【たっぷり】92 (71)   | 【すっきり】110 (105)   |
| 5  | 【ぴた】系92 (106)   | 【ぴた】系106 (92)     |
| 6  | 【ちら】系64 (50)    | 【たっぷり】71 (92)     |
| 7  | 【ぐっ】53 (51)     | 【ゆる】系63 (26)      |
| 8  | 【さら】系43 (54)    | 【きら (ぎら)】系59 (16) |
| 9  | 【ほっこり】37 (14)   | 【さら】系54 (43)      |
| 10 | 【くた】系36 (10)    | 【ぐっ】51 (53)       |

今回は、出現回数差が明確に出ているオノマトペ語を中心に考察する。男性誌が多くて女性誌に少ないのは、【しっかり】、【ほっこり】、【くた】系の 3 つである。男性誌には、それぞれ 104 回、37 回、36 回出ているのに対して、女性誌には、44 回、14 回、10 回しか出ていない。女性誌が多くて男性誌に少ないのは【ふわ】系、【きち】系、【ゆる】系、【きら (ぎら)】系の 4 つである。女性誌には、それぞれ 151 回、149 回、63 回、59 回出ているのに対して、男性誌には、19 回、31 回、26 回、16 回と

なり、すべてに有意差か有意傾向が見られた（順に $\chi^2=60.234$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ 、 $\chi^2=22.349$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ 、 $\chi^2=27.769$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ 、 $\chi^2=58.839$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ 、 $\chi^2=38.479$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ 、 $\chi^2=3.597$ ,  $df=1$ ,  $.05<p<.10$ 、 $\chi^2=9.803$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ ）。

#### 6.4.3 男性誌の【しっかり】と女性誌の【きち】系

男性誌の【しっかり】は、山口（2003）によると、(27)のような男性の「人柄や考えや見方などが堅実で信頼できる様子（しっかり解釈②）」（p.213）を描写するものと、(28)のような「真剣に行ったり、間違いなく確実に行う様子（しっかり解釈③）」（p.213）を描写するものと、(29)のような「つくりが確かで安定感のある様子（しっかり解釈①）」（p.213）を描写するものと、(30)のような「量が十分である様子（しっかり解釈⑤）」（p.214）を描写するものがある。(27)は人物像の描写であり、(28)は行為の描写であり、(29)と(30)は物の描写である。

(27) 見る人に「【しっかり】感」や「安心感」を与える、手に入れて間違いないオールラウンドな一本といえば、これ。（男性誌『Gainer』、1月号、p.76）

(28) トレンドを【しっかり】押さえつつ、自分なりのこだわりのお洒落を楽しんでいる。（男性誌『Safari』、1月号、p.68）

(29) 編み目をさらに度詰めしたコットン素材は、快適な伸縮性と【しっかり】とした素材感を確保。（男性誌『LEON』、11月号、p.287）

(30) 【しっかり】容量なので、軽めの旅行にだって OK！（男性誌『Men's JOKER』、10月号、p.142）

調査結果により、男性誌は、行為と物の描写に【しっかり】を多用する。女性誌と比べて出現回数が多い。その結果を表 11 で示す。行為の描写も、物の描写も、効果的にはその行為をする人、その物を身につける人のイメージの描写になる。男性誌では、しっかりする物を身につけてしっかりした行動を取る男性を理想的としていると考えられる。

表 11：【しっかり】のそれぞれの意味の出現回数

|     | 人物像 | 物  | 行為 | 合計  |
|-----|-----|----|----|-----|
| 男性誌 | 1   | 50 | 53 | 104 |
| 女性誌 | 0   | 24 | 20 | 44  |

一方、【きちん】は、「十分に行き届いて、整然とものごとが行われる様子、正確で規則正しく、几帳面である様子（きちん解釈）」（山口，2003，p.91）という意味である。女性誌の【きちん】は、(31)のような女性の人物像を描写するものもあれば、(32)のような物を描写するものもある。そして、(33)のような動作あるいは行為を描写するものもある。

(31) 上品なパンプスをオンすれば、【きちん】と感も演出できる。（女性誌『MORE』、2月号、p.255）

(32) 通勤服にも合わせやすい、【きちん】とシルエット。（女性誌『MORE』3月号、p.65）

(33) 前ボタンは留めて、【きちん】と着るのが今の気分。（女性誌『MORE』、7月号、p.112）

表 12 に示すように、女性誌は【きちん】は人物像の描写に使うものが 104 回もある。男性誌は女性誌とは異なり、【きちん】を多用せず、また、使用するにしても、人物像だけでなく、物や行為にも平均的に用いているようである。



表 12：【きちん】の描写対象の内訳

|     | 人物像 | 物  | 行為 | 合計  |
|-----|-----|----|----|-----|
| 男性誌 | 9   | 14 | 8  | 31  |
| 女性誌 | 104 | 24 | 21 | 149 |

今回の調査で分かったことは、女性誌は、「きちんと」という人物像の描写に力を入れており、男性誌は、しっかりという物の質感や安定感の描写、人のしっかりする行為の描写に力を入れていることである。物や行為の描写に【しっかり】を多く取り入れて、男性誌の求めるしっかりしたイメージ作りに貢献している。つまり、女性誌も男性誌も、大人らしくて信頼感がありそうなイメージを求めるのだが、女性誌は「人」に、男性誌は「物」と「行為」に重点を置き、女性誌は【きちん】を、男性誌は【しっかり】を多用する。類似したイメージの言葉を微妙に使い分けることで男女の違いを表し分けている。

#### 6.4.4 男性誌の【ほっこり】と女性誌の【ゆる】系

【ほっこり】は、小野（2007）により、以下の意味がある。「①快適であたたかいさま ②やわらかく、みずみずしくふくらんでいるさま ③色つやがよく明るいさま、心が満ち足りてあたたかいさま」（p.451）などである<sup>9)</sup>。ファッション雑誌の【ほっこり】は、(35)のような、①に当てはまるもの、つまり、物の素材感を描写するものもあり、(34)のようなイメージに関連するものもある。男性誌には特に「ほっこり感」という言葉がしばしば見られる。このイメージに関連する【ほっこり】は、①②③の意味の総合で心が暖かくて優しそうな人、緊張感を帯びずリラックスした雰囲気が漂う人だと考えられる。

(34) 見た目の【ほっこり】感と大人可愛らしさは、それ一枚でコーデの主役級！！

（男性誌『Gainer』、9月号、p.72）

(35) 選びのポイントはまず、「コクまろ」セクシーな【ほっこり】素材であること。（男性誌『LEON』、2月号、p.71）

以下の表 13 は、男性誌と女性誌でそれぞれ【ほっこり】が使われる状況を示している。男性誌は明らかに人物像の描写に【ほっこり】を多用する。これは、今どき男性が世間に求められる理想像が「ほっこり」であるためと考えられる。男性誌は、この理想像を作るファッションを積極的に紹介している様子が伺える。一方、女性誌に出現した【ほっこり】は、①の意味の、ほかほかの素材感を描写するものが最も多い。

表 13 : 【ほっこり】の描写対象の内訳

|     | 人物像 | 物 | 行為 | 合計 |
|-----|-----|---|----|----|
| 男性誌 | 30  | 7 | 0  | 37 |
| 女性誌 | 6   | 8 | 0  | 14 |

さらに、【ゆる】系のオノマトペ語をしてみる。女性誌の【ゆる】系のオノマトペ語は、「動作や気持ちなどにゆとりがありくつろぐ様子（ゆるゆる解釈③）」（山口, 2003, p.570）を描写するものがほとんどである。特に、(36)と(37)のように、「ガーリー」や「ふわ」と共起しやすく、「ゆるふわ」「ゆる可愛い」というイメージを作るために使われる。これはまさに今どきの女性に求める理想像であり、女性誌も理想像に沿ってファッションを紹介している。その他、(38)のような「物と物が密着せずゆるんだりたるんだりする様子（ゆるゆる解釈①）」（山口, 2003, p.570）を描写するものもある。

(36) 目指すは【ゆる】ガーリー♡（女性誌『ViVi』、8月号、p.42）

(37) やさしげな色合わせで奏でる、大人の【ゆる】ふわコーデ（女性誌『with』、3月号、p.52）

(38) 【ゆるっ】としたニットは毎年買い足すマイ定番。（女性誌『MORE』、12月号、p.60）

結果をまとめると、表 14 のようになる。女性誌は男性誌より人物像の「ゆる」が明らかに多い。また、物の描写の場合は、ざっくり編みのニットやシルエットのワンピース、ふんわりとするスカートなどに使われがちである。それらの物を身につけることに

より「ゆとりのある」イメージになるという結果となる。【ゆる】は、男性誌の【ほっこり】が作り出したその「リラックスする、優しそうな」理想像の女性バージョンと言えるだろう。

表 14 : 【ゆる】系の描写対象の内訳

|     | 人物像 | 物  | 行為 | 合計 |
|-----|-----|----|----|----|
| 男性誌 | 7   | 19 | 0  | 26 |
| 女性誌 | 48  | 12 | 3  | 60 |

つまり、男性誌も女性誌も、「緊張感を帯びずリラックスして、ゆとりを持ちそうな」近い理想像を作り出そうとしている。ここにも言葉の選択には男女差があり、男性誌は【ほっこり】を多用するのに対して女性誌は【ゆる】系のオノマトペ語を多用する。もちろん、女性誌の【ゆる】系の多用は、【ゆる】系が「可愛い」「ふわ」「ガーリー」などの言葉と共起しやすいこともあると考えられる。

#### 6.4.5 男性誌の【くた】系

男性誌に出現した【くた】系のオノマトペ語は、「ひどく疲れた様子（くたくた解釈①）」（山口，2003，p.128）のような人物像に関連するネガティブな意味の使用が全くなく、「衣服などがしなびた様子（くたくた解釈②）」（山口，2003，p.128）の意味で使われている。(39)(40)はその例である。このようなくたつとした素材感のある洋服や、くったりと垂れる物を着る、身につけることによって「全身の力が抜けて（くたくた解釈③）」（山口，2003，p.128）、リラックスしているように見えると考えられる。

(39) さらに【くたっ】としたレザーで買ったときから肌になじむのもいいですね  
（男性誌『MEN'S NON-NO』、10月号、p.158）

(40) 柔らかいスエード素材も相まって、【くったり】と腰元に垂れる、イタリア的腰元演出が可能な仕様。（男性誌『LEON』、6月号、p.171）

表 15 が示すように、男性誌の【くた】系はすべて物に使うものであり、女性誌の場合は、「ひどく疲れた様子」の【くた】系もあれば、物を描写する【くた】系もあるが、両方とも少ない。男性誌の【くた】系の使用は物の描写とは言え、それを通してそれを身につける人のイメージを読者の頭の中に喚起させようとする。「ほっこり感」のある理想像と一貫していると考えられる。

表 15：【くた】系の描写対象の内訳

|     | 人物像 | 物  | 行為 | 合計 |
|-----|-----|----|----|----|
| 男性誌 | 0   | 36 | 0  | 36 |
| 女性誌 | 4   | 6  | 0  | 10 |

ここまでを検証されたことは、男性誌は、【くた】系が【しっかり】に類似する使用傾向があるということである。それは、6.4.3 でも言及したように、男性誌は、物の描写に重点を置き、女性誌は、【きちん】も【ゆる】系も、人のイメージの直接的な描写に重点を置いていることに由来する。

#### 6.4.6 女性誌の【ふわ】系と【きら（ぎら）】系

「ふわふわ」は、山口（2003）により、以下の解釈がある。「①やわらかくて適度に弾力に富んでいる様子 ②軽やかに浮いて漂う様子 ③言動が浮ついて落ち着かない様子」（p.477）である。女性誌に出現した【ふわ】系は、③のネガティブな意味で使われるものはない。女性誌に出現した【ふわ】系は、(41)のような①の意味で衣類の素材の描写に使うものと、(42)のような②の意味で衣類などの形の描写に使うものと、(43)のような触覚から意味が拡大し、柔らかい色合いの描写に使うようになったものと、(44)のような具体的に素材か形か色合いではなく、物の作り出す優しくてリラックスする可愛い雰囲気を描写するものがある。

(41) ファー&ループで【ふわっ】とガーリーに（女性誌『ViVi』、12月号、p.75）

(42) 懐かしい柄やトーン、ウエストから【ふわり】と広がるシルエットが今、新

しく映る♡（女性誌『MORE』、6月号、p.166）

(43) この春きれいな色は“こっくり”から“【ふんわり】”へ。（女性誌『MORE』、3月号、p.41）

(44) 【ふわっ】とした雰囲気や後ろ姿までかわいくて自慢の彼女って感じ（女性誌『with』、6月号、p.31）

男性誌と女性誌にそれぞれ出現した【ふわ】系を表16にまとめた。女性誌は、素材や形、色合いの描写の他に、雰囲気の描写にも【ふわ】系を多く使っている。素材と形と色合いは物の描写だが、雰囲気は物の描写から人物像の描写へとの中間段階と考えられる。「ゆるふわ」「ふんわりフェミニン」「ふんわり優しげな」のような組み合わせがしばしば見られる。女性誌は、【ふわ】系の多用により、「ゆるふわガール」という女性ならではの柔らかな理想像を作り上げようとし、女性読者にその理想像にふさわしいファッションアイテムをすすめる。一方、男性誌は、【ふわ】系のオノマトペ語を主に衣類の素材と形の描写に使用している。しかもその数が女性誌よりもはるかに少ない。

表16：【ふわ】系の描写対象の内訳

|     | 人物像<br>(雰囲気) | 物  |    |     | 行為 | 合計  |
|-----|--------------|----|----|-----|----|-----|
|     |              | 素材 | 形  | 色合い |    |     |
| 男性誌 | 1            | 11 | 7  | 0   | 0  | 19  |
| 女性誌 | 40           | 29 | 78 | 4   | 0  | 151 |

【きら（ぎら）】系を見ると、女性誌に出現した【きら（ぎら）】系のオノマトペ語は、(45)のような「光り輝く様子（きらきら解釈）」（山口，2003，p.108）を描写するものもあれば、(46)のような「実際に光を発してはいないが、比喻として生き生きと魅力にあふれた様子にも使う（きらきら解釈）」（山口，2003，p.108）という用法もある。

(45) 衿先で【キラリ】と光るカラーチップがポイント（女性誌『MORE』、10月

号、p.114)

- (46) パワフルに自分の人生を楽しむ女性たちは、いつも【キラキラ】と輝いている (女性誌『VERY』、6月号、p.25)

以下の表 17 は今回の調査結果である。結果から、女性誌のほうがきらきらする物を好む印象を受ける。また、人物像の描写に、内面から湧き出る生き生きとした魅力を表す【きら (ぎら)】系を使うのは、女性誌のみである。

表 17: 【きら (ぎら)】系の描写対象の内訳

|     | 人物像 | 物  | 行為 | 合計 |
|-----|-----|----|----|----|
| 男性誌 | 0   | 16 | 0  | 16 |
| 女性誌 | 8   | 51 | 0  | 59 |

以上をまとめると、【ふわ】系も【きら (ぎら)】系も、今現在の理想の女性像に沿って女性誌に多用されるオノマトペ語であり、男性の場合は「ふわふわ」も「きらきら」も求められないため男性誌にはキーワードになっていないと考えられる。

## 6.5 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差のまとめ

本調査では、ファッション雑誌における日本語オノマトペの性差による特徴を解明するために、男性誌 60 冊と女性誌 60 冊を対象に調査を行った。分析対象としたのは、使用回数、多用されるオノマトペ語である。

結果としては、男性誌より女性誌のほうがオノマトペ語の使用を好んでおり、それぞれ好むオノマトペ語も違う。男性誌は、【しっかり】、【ほっこり】、【くた】系のオノマトペ語を多用するのに対して、女性誌は、【きち】系、【ふわ】系、【きら (ぎら)】系、【ゆる】系のオノマトペ語を多用する。

また、似たような雰囲気であっても、男性誌と女性誌とでは異なるオノマトペ語で表現する傾向がある。男性誌の「しっかり」と女性誌の「きちんと」は似たような雰囲気であるが、両誌で使い分けられている。また、男性誌の「ほっこり」「くたくた」で作

り上げたい雰囲気は、女性誌の「ゆるゆる」と似ているが、選ばれる表現が異なる。男性誌と女性誌は、想定する読者像が異なるのは当然だが、オノマトペ語を使うことによって、男らしさ、女らしさの微妙な区別を表現できていると考えられる。男性誌の求める理想の「フォーマル」は「しっかり」、女性誌は「きちんと」、また男性誌の求める理想の「カジュアル」は「くたくた」や「ほっこり」、女性誌は「ゆるふわ」を中心に描写されていると考えられる。

さらに、男性誌は、物の描写にオノマトペ語を多用し、それを通して物を身につける人のイメージを作り上げる傾向があるのに対して、女性誌は、物を身につける人の描写に直接オノマトペ語を使用する傾向がある。

日本語においては、男性語と女性語の区別は減少していると言われているが、オノマトペの場合は、ジェンダーに対するステレオタイプが意識され、使い分けの傾向が根強く残っている可能性がある。例えば、「しっかりした男性」と「きちんとした女性」、「ほっこりした男性」と「ゆるっとした女性」はよい感じの描写であるが、その逆は、ファッション誌において両性のイメージにそぐわないと感じせざるを得ない。

## 第7章 ファッション雑誌におけるオノマトペの特徴—料理雑誌との比較

### 7.1 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの比較の目的

ファッション雑誌におけるオノマトペの特徴を明らかにするために、ファッション雑誌自体を男女差、年代差の角度から探求する他、他の媒体と比較する必要もある。同じく大衆文化の代表であり、オノマトペの使用も多い媒体が理想的と考えられる。本調査は、衣食住という日常生活に根ざし、オノマトペが多用される雑誌で、ファッション誌と並んで一般によく読まれている料理雑誌を対象に分析・考察するものである。

### 7.2 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの比較の調査対象

本調査は、データのバランスを考え、女性ファッション雑誌の『non·no』、『MORE』、『with』、『ViVi』、『VERY』（2012年1月～12月計60冊）と男性ファッション雑誌の『MEN'S NON-NO』、『Gainer』、『LEON』、『Safari』、『Men's JOKER』（2012年1月～12月計60冊）、合計120冊を調査対象にした。比較対象として選んだのは『きょうの料理』（2012年1月～12月計12冊）である。『きょうの料理』は、性差や年代差の影響を受けにくい、代表性も高いレシピ雑誌である。

### 7.3 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの比較の調査方法

120冊のファッション雑誌のファッションページから、10%の抽出率でサンプルをランダムに抽出すると、1873ページとなる。また、1種の料理雑誌の1年分12冊と対照的にするため、 $1873 \text{ ページ} \div 10 \text{ 種} = 187 \text{ ページ}$ で計算し、ファッション雑誌から187ページを抽出することになる。料理雑誌も10%の抽出率でサンプルをランダムに抽出し、200ページとなる。

また、ファッション雑誌の187ページと料理雑誌の200ページから、オノマトペ語を抜き出し、文単位で入力し、データEとデータFを作った。

### 7.4 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペを比較する結果分析・考察

#### 7.4.1 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの使用率

サンプリングされた187ページのファッション雑誌と200ページの料理雑誌におい



て、使用されたオノマトペ語の総語彙数はそれぞれ 771 語と 475 語である。また、1 ページあたりの語彙数から推定される総語彙数はそれぞれ 37,400 語と 64,000 語である。オノマトペ語の使用率を計算すると、それぞれ 2.06%と 0.74%であり、ファッション雑誌はオノマトペ語の使用量が明らかに多いことがわかる。その点について以下の表 18 で示す。

表 18：ファッション雑誌と料理雑誌のオノマトペ語の使用量

|          | ページ数   | 1ページあたりの語彙数 | 推定総語彙数  | オノマトペ語総語彙数 | オノマトペ語使用率 |
|----------|--------|-------------|---------|------------|-----------|
| ファッション雑誌 | 187ページ | 200語        | 37,400語 | 771語       | 2.06%     |
| 料理雑誌     | 200ページ | 320語        | 64,000語 | 475語       | 0.74%     |

#### 7.4.2 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの形態

ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペ語の形態についての調査結果を表 19 で示す。

表 19 の通り、ファッション雑誌も、料理雑誌も、最も多く使用する形態は、CVQCVri である。ファッション雑誌では 290 回使われており、全てのオノマトペ語数の 37.61% を占める。料理雑誌では 201 回使われており、全ての 42.32%を占める。CVQCVri の例文を以下に示す。

表 19：ファッション雑誌と料理雑誌のオノマトペ語の形態

| 形態       | 具体例    | ファッション雑誌<br>回数 | 料理雑誌<br>回数 | ファッション雑誌<br>出現率 | 料理雑誌<br>出現率 |
|----------|--------|----------------|------------|-----------------|-------------|
| CV       | ふ（と）   | 5              | 0          | 0.65%           | 0%          |
| CVQ      | ぱっ（と）  | 74             | 89         | 9.60%           | 18.74%      |
| CVN      | ちゃん（と） | 17             | 6          | 2.20%           | 1.26%       |
| CVVQ     | ぐいっ（と） | 1              | 4          | 0.13%           | 0.84%       |
| CVVN     | ぐーん（と） | 1              | 1          | 0.13%           | 0.21%       |
| CVN-CVN  | がんがん   | 7              | 7          | 0.91%           | 1.47%       |
| CVCVQ    | さらっ（と） | 72             | 36         | 9.33%           | 7.58%       |
| CVCVri   | さらり    | 36             | 13         | 4.67%           | 2.74%       |
| CVCVN    | きちん（と） | 39             | 5          | 5.06%           | 1.05%       |
| CVQCVri  | すっきり   | 290            | 201        | 37.61%          | 42.32%      |
| CVNCVri  | ふんわり   | 32             | 36         | 4.15%           | 7.58%       |
| CVCV2    | ゆるゆる   | 54             | 64         | 7.00%           | 13.47%      |
| CVCV2の変種 | めちゃくちゃ | 1              | 0          | 0.13%           | 0%          |
| 特殊な形態    | ぺたんこ   | 16             | 11         | 2.08%           | 2.32%       |
| 特殊な用法（新） | —      | 126            | 2          | 16.34%          | 0.42%       |

(47) 【すっきり】シンプルな感じも最近では実は新鮮♪（女性誌『ViVi』、3月号、p.57）

(48) ねぎは香ばしくなるまでよく炒め、だしの味を【しっかり】含ませる。（『きょうの料理』、2月号、p.85）

また、形態の種類から見て、ファッション雑誌では、特殊な用法（新）を含めて 15 種類が使われているのに対して、料理雑誌では 13 種類が使われており、CV と CVCV2

の変種の2つを有していないことがわかる。また、新しい形態（その他）もファッション雑誌ほど多くなく、ファッション雑誌は、126回、16.34%の使用率であるのに対して、料理雑誌は、2回、0.42%の使用率でしかない。

特殊な用法（新）という枠については、5.4.3で具体的に説明した。これは、田守（1993）による分類に言及されていないものであり、ファッション雑誌に頻繁に姿を見せしている。

造語ルール①は田守・スコウラップ（1999）による、オノマトペの名詞への派生——複合名詞を作る用法でもある。この用法は、ファッション雑誌では使う頻度も範囲も日常より拡大されている。また、この用法により作られた複合名詞はファッションに密接する、一種の専門用語を形成している。④については、例えば「チラ見せ」や「ちょい足し」などの組み合わせは日常生活でもしばしば耳にするものである。斬新なのは、②と③と⑤の用法である。先行研究でもあまり指摘がなく、他ジャンルでもあまり見かけず、日常的な言葉でもない。この3つの用法は、ファッション雑誌が発信源となって広められた使い方である可能性が高いと見られる。料理雑誌におけるオノマトペと比較するこの調査は、その可能性を裏付ける調査となる。

#### 7.4.3 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの表記

表記については、次の表20でその結果を示す。

表20：ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペ語の表記

|          | ひらがな         | カタカナ         | その他（ひらがなとカタカナの混用、アルファベット、符号混じり） |
|----------|--------------|--------------|---------------------------------|
| ファッション雑誌 | 546回（70.82%） | 213回（27.63%） | 12回（1.55%）                      |
| 料理雑誌     | 283回（59.58%） | 186回（39.16%） | 6回（1.26%）                       |

ファッション雑誌には、オノマトペ語につく♥、☆、♪などの符号がしばしば見られ、オノマトペ語が際立つ印象がある。カタカナの表記も強調する効果があるため、ファッ

ション雑誌のオノマトペ語はカタカナが多用されているのではないかと仮説を立てたが、そうではなかった。料理雑誌におけるオノマトペ語は、ひらがなが 546 回、カタカナが 213 回、ファッション雑誌の場合は、それぞれ 283 回、186 回であった。ファッション雑誌は、ひらがな表記が有意に多く ( $\chi^2=16.170$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ )、料理雑誌よりひらがな表記のオノマトペ語が好まれていると言える。

女性誌の年代差を比較する研究では、感覚をより重要視していると思われるヤング誌は、カタカナ表記のオノマトペ語の使用が多かった。また、女性誌と男性誌の比較研究においても、同様に感覚をより重要視していると思われる女性誌のほうが、カタカナ表記の使用率が高かった。今回、料理雑誌と比較した調査からは、ファッション雑誌におけるカタカナ表記が多いという仮説は、成立しないという結果を得た。その理由として、料理雑誌と比べ、ファッション雑誌は擬音語がほとんどなく、擬態語が中心であることが背景にあると考えられる。

#### 7.4.4 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの文末表現

筆者があるファッション誌の編集者にインタビュー<sup>10)</sup>をし、ファッション雑誌は、「～にぴったり」「～で華やかに」のような特有の文末表現を特に意識的に使っていると教えてもらった。文末表現については、5.4.5 で述べたように、文学作品には「体言止め」という表現手法が見られる。余韻を残したり、文全体のリズムを整えたりする効果がある。新聞記事にもその手法がよく使われる。インパクトを与えて強調する効果や字数を縮めて事実を伝える効果も発揮している。オノマトペ語あるいはオノマトペ語＋「と」／「に」で文を締めくくる表現は、ある意味で「体言止め」に似ている。ファッション雑誌はこういう文末表現を実際に多く使っているかどうかを検証するために調査を行った。

表 21：ファッション雑誌と料理雑誌の文末表現

|                           | ファッション雑誌   | 料理雑誌       |
|---------------------------|------------|------------|
| オノマトペ語（＋「と」/<br>「に」）で終わる文 | 56回（7.26%） | 12回（2.53%） |

表 21 の示す通り、オノマトペ語、あるいはオノマトペ語の直後に使われる「と」/  
「に」で終わる文は、ファッション雑誌では 56 回であり、料理雑誌では 12 回である。  
ファッション雑誌は、このような使い方を好む傾向がある（ $\chi^2=11.881$ ,  $df=1$ ,  $p<.01$ ）。

- (49) 春らしい淡グリーンのパリドットに【うっとり】♪（女性誌『with』、5月号、  
p.115）
- (50) 最強ワンピは一枚で【さらり】と♪（女性誌『non-no』、8月号、p.29）
- (51) 料理初心者や忙しい人に【ぴったり】。（『きょうの料理』、12月号、p.38）

「オノマトペ語で文が終わる」についての先行研究は石黒（2007）が挙げられる。  
詳細は、5.4.5 で言及した。また、5.4.5 では、オノマトペ語を文彩として最後に置き、  
強調したいオノマトペ語に重量感を与えることによって、文章にアクセントを加える効  
果があることを指摘した。最後まできちんと言い終える文より、短くて躍動感のあるリ  
ズムの醍醐味が味わえること、更に雑誌の紙面上では限られたスペースに最大限に情報  
を盛り込むためにも、最後まで言わずに、オノマトペ語で終わる文が必要とされるとい  
う事情もあることも指摘した。

ファッション雑誌がこのような使い方を好む理由は、活発な雰囲気を作るためにリズ  
ム感を重視することと、文末に置かれるオノマトペ語の視覚的インパクトを強調したい  
ということが考えられる。料理雑誌は、ファッション雑誌と同じように、限られた紙面  
に情報を詰め込みがちであるが、それでも主語も述語も欠かさない完成した形で終わる  
文を好む傾向がある。

#### 7.4.5 ファッション雑誌と料理雑誌に多用されるオノマトペ

ファッション雑誌に出現した回数の多いオノマトペ語上位 10 位と、その上位 10 位

の料理雑誌での使用状況を以下の表 22 で示す。

表 22：ファッション雑誌と料理雑誌のオノマトペ語の使用状況

| ファッション雑誌 |           |      | 料理雑誌 |        |      |
|----------|-----------|------|------|--------|------|
|          | オノマトペ語    | 回数   |      | オノマトペ語 | 回数   |
| 1        | 【ちょ】系     | 69 回 | 1    | 【しっかり】 | 64 回 |
| 2        | 【ふわ】系     | 50 回 | 1    | 【さっ】系  | 64 回 |
| 3        | 【たっぷり】    | 47 回 | 3    | 【たっぷり】 | 48 回 |
| 4        | 【すっきり】    | 41 回 | 4    | 【ふわ】系  | 21 回 |
| 4        | 【ぴた】系     | 41 回 | 5    | 【さっぱり】 | 16 回 |
| 6        | 【きち】系     | 37 回 | 6    | 【しんなり】 | 13 回 |
| 7        | 【しっかり】    | 30 回 | 7    | 【ゆっくり】 | 12 回 |
| 8        | 【ちら】系     | 27 回 | 8    | 【ぴた】系  | 11 回 |
| 9        | 【ゆる】系     | 24 回 | 8    | 【じっくり】 | 11 回 |
| 10       | 【きら（ぎら）】系 | 23 回 | 10   | 【すっきり】 | 10 回 |
| 10       | 【ぐっ】      | 23 回 | 10   | 【さく】系  | 10 回 |
|          |           |      | 10   | 【とろ】系  | 10 回 |

表 22 からは、ファッション雑誌に多く使われるオノマトペ語には、料理雑誌に多用されるものも、多用されないものもあることが分かる。さらに、料理雑誌の上位 10 位には出現しなかったものもある。以下、表 22 について考察する。

ファッション雑誌の上位 10 位には入ったが、料理雑誌の上位 10 位には出現しなかったものは、【ちょ】系、【きち】系、【ちら】系、【ゆる】系、【きら（ぎら）】系、【ぐっ】の 6 つである。その中、【ちょ】系は料理雑誌には 9 回、【きち】系は 4 回、【ぐっ】と【きら（ぎら）】系は 1 回しか出現しなかった。残りの【ちら】系、【ゆる】系の 2 つは料理雑誌には出現しなかった。それぞれのファッション雑誌での具体例は次の通りである。

- (52) この時計はダイヤルに【ちょっ】とヒネリが効いていて可愛いネ。（男性誌『LEON』、1月号、p.159）
- (53) 短すぎない丈で【きちん】と感あり（女性誌『with』、5月号、p.22）
- (54) チュールの【ちら】見せで脱シンプル！（女性誌『MORE』、11月号、p.210）
- (55) 【ゆる】ふわコーデで春のおしゃれ一番乗り！（女性誌『with』、3月号、p.52）
- (56) 夏のおしゃれにピッタリな自然体な【キラキラ】感。（女性誌『ViVi』、7月号、p.203）
- (57) 全身を茶系でまとめると、【ぐっ】と上品な印象に。（女性誌『with』、2月号、p.101）

ファッション雑誌の場合は、【ちら】系は、「チラ見せ」「ちらっと見せる」などの意味で使われるものが27回中、22回を占めている。【ゆる】系は、「ゆるふわ」「ゆるぴた」「ゆるっと感」などのように、「雰囲気ゆるい」を意味するものが24回中、20回ある。料理のプロセスや食材の描写には確かに、【ちら】系と【ゆる】系が使いにくい。また、【ぐっ】は、「何かと比較して状態が大きく異なる様子（ぐっ解釈③）」（山口，2003，p.133）の意味で使われるものがほとんどである。【さら】系は、「物に粘り気や湿り気がない様子（さらっ解釈①）」（山口，2003，p.204）と「動きや行動が軽快な様子（さらり解釈②）」（山口，2003，p.205）の意味で使われるものがそれぞれ半々である。つまり、ファッション雑誌は、オノマトペ語と慣用化された語基の組み合わせを好み、オノマトペ語の多くの意味の中のごく一部を集中して使う傾向があると考えられる。つまり、ファッション雑誌ならではの定番オノマトペがあると見込まれる。

【ちょ】系の場合は、ファッション雑誌の【ちょ】系は、【ちょっ】、【ちょい】、【ちょこちょこ】、【ちょこっ】、【ちょっぴり】の5つの形態を有する。一方、料理雑誌の【ちょ】系は、【ちょっ】の1つしかない。ファッション雑誌は【ちょ】系のよ

っかり】、【たっぷり】、【すっきり】のような1つの形態しか持たないオノマトペ語を多用している。つまり、7.4.2にも論じたように、ファッション雑誌のオノマトペ語の使用は、形態の多様性が特徴の1つと考えられる。

最後に、ファッション雑誌、料理雑誌共に上位10位に入るが、料理雑誌での順位がファッション雑誌と同位あるいはそれ以上であった【しっかり】と【たっぷり】をしてみる。

料理雑誌の【しっかり】の具体例を、以下に挙げる。

(58) 温かいうちに混ぜて、【しっかり】チーズを溶かしましょう。（『きょうの料理』、2月号、p.19）

(59) 【しっかり】とした魚のうまみを感じられ、なめらかなのどごしが楽しめます。（『きょうの料理』、12月号、p.98）

料理雑誌の【しっかり】は、(58)のような、「【しっかり】+（と）動詞」の使い方がほとんどであり、(59)のような「【しっかり】+とした名詞」の使い方が1例しかない。

それに対して、ファッション雑誌は「【しっかり】+（と）動詞」と「【しっかり】+とした名詞」もあれば、料理雑誌には無かった「【しっかり】+（と）形容詞」「【しっかり】+だ」の使い方もある。例を以下に示す。

(60) ヴィンテージのような顔つきで、穿いてみると【しっかり】モダン。（男性誌『Safari』、9月号、p.65）

(61) 札入れ、コインポケットとも深さが【しっかり】って、収納力も高い。（男性誌『MEN'S NON-NO』、6月号、p.130）

これは、吉田（2008）が後接と称するものの分類に属する。ファッション雑誌のオノマトペ語の後接は、単調なものではなく、種類が多いと考えられる。また、ファッション雑誌の性格から見て、商品を紹介する機能のために名詞を修飾するオノマトペ語が多いと推察される。「【しっかり】+（と）動詞」以外に、「【しっかり】+とした名



詞」「【しっかり】+（と）形容詞」「【しっかり】+だ」が多く使われている。【たっぷり】にも同じような現象が見られる。

## 7.5 ファッション雑誌と料理雑誌におけるオノマトペの比較のまとめ

本調査では、これまで行われてきたファッション雑誌におけるオノマトペの研究を踏まえ、ファッション雑誌らしいオノマトペの特徴を知るために、ファッション雑誌 120 冊のデータを料理雑誌のデータと比較・分析した結果、次のようなことが明らかになった。

感覚重視のファッション雑誌は、オノマトペ語の使用量が多く、形態の種類も豊富である。1 つの語基から生産される多様な形態を多用し、新しい形態も積極的に取り入れている。ファッションに特徴的な、新しい形態の代表例として、「オノマトペ A の語基+オノマトペ B の語基=新しい語」「オノマトペの語基+形容詞（あるいは形容詞の一部）=新しい形容詞」「オノマトペの語基を単独で使う」の 3 つが挙げられる。

表記については、感覚を重要視するファッション雑誌は合理性重視の料理雑誌と比べてカタカナのオノマトペ語の使用割合が多いと仮説を立てたのだが、成立しない結果となった。その背景にはファッション雑誌には擬音語が少ないことがあると推察される。

また、ファッション雑誌の文末表現には特徴があり、「オノマトペ語（+「と」/「に」）で文が終わる」という用法が多く見られた。この使い方を好む理由は、ファッション雑誌は活発な雰囲気を作るためにリズム感を重視すること、また文末に置かれるオノマトペ語の視覚的なインパクトを利用していることが考えられる。

最後に、多用されるオノマトペ語を具体的に見てみると、ファッション雑誌は、オノマトペと慣用化された語基との組み合わせを好み、オノマトペ語の多くの意味の中の一部が集中して使われるという傾向がある。つまり、ファッション雑誌らしい決まったオノマトペの存在が見込まれる。さらに、ファッション雑誌のオノマトペ語の後接は、種類が多いと考えられる。これは、ファッション雑誌の性質によるもので、商品を紹介する機能を働かせるために名詞を描写するオノマトペ語の使い方が多いからであると推測される。

## 第 8 章 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳について

### 8.1 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の目的

筆者が大学時代、日本のファッション雑誌を中国語に翻訳するアルバイトをして気づいたのは、ファッション雑誌の日本語オノマトペは中国語に翻訳する際に消えてしまうということである。日本語のオノマトペの研究は豊富な蓄積があるが、音の組み合わせや音象徴性といった音韻面、語構成や統語的現象といった形態面に着目した理論的・記述的研究に偏り、料理や医療、漫画やスポーツといった言語使用域の研究、殊に、オノマトペが頻出するファッション雑誌の研究は、さほど進んでいないのが現状である。特に、ファッション雑誌におけるオノマトペの翻訳に関する先行研究はほとんどない。本調査は、ファッション雑誌という言語使用域を対象に日本語のオノマトペとその中国語訳の調査を行い、ファッション雑誌のオノマトペを中国語に訳す時にどんな特徴や問題点があるかを対照言語学的に解明し、そのことを通して日本語のオノマトペの特徴をあぶり出すことを目指すものである。

### 8.2 日本語オノマトペ及びその翻訳と中国語オノマトペに関する先行研究

#### 8.2.1 日本語オノマトペの中国語訳についての先行研究

日本語オノマトペの中国語訳をめぐる研究も既にいくつか存在する。張（1999）は『毎日新聞』に出現した擬態語を中国語に翻訳し、それらの中国語訳を、①中国語の擬態語への翻訳、②擬音語から転じた擬態語への意識、③同語意識、④異語同（類語）訳、⑤四字熟語への翻訳、⑥文脈からの意識という 6 つの類型に分けて論じている。王（2004）は辞書と童話作品を対象に調査を行い、オノマトペの中国語訳の表現の特徴をめぐり、①中国語には擬態語というものがないため、日本語の擬態語はそのまま中国語に移行することができず、形容詞をはじめ、動詞、副詞、成語、熟語、比喻、数量詞などで表されており、どうしても表現できないものもある、②擬態語の中国語訳は文法的機能の面でも形態的面でも、なるべく日本語の擬態語に近い表現が使われている、③中国語訳では形容詞、動詞の強調形が多い、という 3 点にまとめている。呉（1998）は短歌を対象に調査を行い、擬音語を訳す場合は中国語では「象声詞」でかなりの程度まで対応が可能なのに対して、擬態語を訳す場合の対応として品詞などにこだわらず、

元の意味をしっかりと把握した上で異なる形式によって訳出したほうが望ましいと述べている。徐（1985）は名作『吾輩は猫である』の中国語訳、林（2009）は『窓際のトットちゃん』の中国語訳を調査対象として日本語オノマトペに関する中国語訳の問題点について論じている。

### 8.2.2 日本語オノマトペと中国語オノマトペの比較についての先行研究

日本語オノマトペは、擬音語と擬態語の総称と一般に認識されているのに対して、中国語オノマトペの場合は、擬音語は一般に「象声詞」と認識されているが、擬態語は存在するかどうかすら厳密には定まっていない。中国語の擬態語の範疇を明らかにすることを試みた先行研究は、徐（2010）、趙（2014）、小野（2017b）などが挙げられる。また、水野（2003）は漫画、王（2014）は文学作品を分析対象に、日本語の擬態語と中国語の「擬態語」の共通点と相違点、および翻訳する際の特徴について論じている。その他、日本語オノマトペと中国語オノマトペのそれぞれの言語的特徴を分析するものには、瀬戸（1982）、瀬戸（1984）、瀬戸（1985）などがある。

### 8.2.3 先行研究の問題点と筆者の観点

翻訳に関する先行研究には共通の問題点があると考えられる。それは、中国語オノマトペという概念を厳密に規定しないまま、翻訳について議論されているという問題点である。

筆者は、中国語オノマトペを考える際に、徐（2010）、趙（2014）、小野（2017b）などの研究結果を援用し、次のような立場を取って研究を進める。①擬声語は、中国語に既に存在している「象声詞」という概念に相当する。②中国語には「象声詞の隠喩的用法」以外、擬態語は原則として存在しない。

## 8.3 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の調査

### 8.3.1 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の調査対象

今回の調査で対象とする雑誌は、主婦の友社が月刊発行している『mina』とその中国語版《米娜》の2017年3月号である。現在中国で公に発行している日系ファッション雑誌

ン雑誌には《瑞麗》(『Ray』)、《昕薇》(『ViVi』)、《米娜》(『mina』) の3つがある。その中から《米娜》と『mina』を調査対象に選定した理由は4.1で詳しく述べた。

### 8.3.2 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の調査方法

本研究は、ファッションのページのみ扱う。『mina』と《米娜》との対応するファッションのページをまず抽出する。それから、ファッションのページに出現したオノマトペ語が《米娜》でどのように翻訳されているのかを観察・分析する。

## 8.4 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳の結果分析・考察

### 8.4.1 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳のデータの概観

今回の調査で、『mina』と《米娜》、両方にある共通のファッションページに現れるオノマトペ語が含まれる文とその中国語訳の文を収集した。『mina』から、延べ語数146語のオノマトペ語が収集できた。《米娜》にある対応の翻訳文も取集し、どのように中国語に翻訳したのかについて調べた。調査の結果、この146語のオノマトペ語は、全て擬態語であった。また、擬態語を訳す際に、ファッション雑誌の翻訳ならではの特徴が観察された。

### 8.4.2 ファッション雑誌における擬態語の翻訳の類型

本調査では、オノマトペ語の中国語訳を品詞で分類した。いくつかの先行研究では、四字熟語という類型も設けられているが、四字熟語は品詞ではないため、四字熟語の訳し方は何の品詞なのかを具体的に確認し、分類の作業を行った。以下の表23にその結果を示す。

表23：ファッション雑誌における擬態語の翻訳の類型

| 類型 | 形容詞 | 副詞 | 動詞 | 名詞 | 量詞 | その他 | 誤訳 | なし |
|----|-----|----|----|----|----|-----|----|----|
| 語数 | 45  | 20 | 12 | 9  | 3  | 14  | 13 | 30 |

日本語の擬態語を中国語に訳す際、形容詞と副詞で対応するケースが最も多く、それ

ぞれ 45 例、20 例見られた。形容詞の例を(62)に、副詞の例を(63)に挙げる。

- (62) 【すっきり】見える七分そで&ショート丈なら全体のバランスもとやすい。  
(女性誌『mina』、3月号、p.59)

訳文：利落的七分袖&短款的话整体会比较平衡。(中国語版《米娜》、3月号、  
p.71) [形容詞]

- (63) 【さらっ】と着られる。(女性誌『mina』、3月号、p.44)

訳文：简单套在身上就很好看。(中国語版《米娜》、3月号、p.56) [副詞]

その他、動詞、名詞、量詞に訳すケースはさほど多くなく、それぞれ 12 例、9 例、3 例であった。動詞、名詞、量詞の例を、それぞれ(64)、(65)、(66)に挙げる。

- (64) 前から見るとごくシンプルなデニムコーデだけど、潔く肌を見せたこの後ろ  
姿に【ドキッ】としない人はいないはず！(女性誌『mina』、3月号、p.34)

訳文：从前面看是令人觉得极其简洁的牛仔裤造型，转身展现净白美肌的背部  
毫无疑问能迷倒每一个人！(中国語版《米娜》、3月号、p.46) [動詞]

- (65) 足元は【ぺたんこ】でカジュアルにする分、メンズライクなとんがりローフ  
ァーでハズしをプラスして。(女性誌『mina』、3月号、p.37)

訳文：没有高度的平底鞋打造休闲感，中性款式的尖头乐福鞋穿出与众不同感。  
(中国語版《米娜》、3月号、p.48) [名詞]

- (66) 小物まで白とベージュでまとめた清潔感のある大人っぽい配色には、【ちょこ  
っ】とファーをプラスしてぬくもりを意識。(女性誌『mina』、3月号、p.60)

訳文：小物也是白色搭配浅棕，这种配色既清爽又成熟。再加上一点毛绒元素  
更显温暖。(中国語版《米娜》、3月号、p.72) [量詞]

表 23 に「その他」という項目も設けた。既存の品詞に簡単に分けられず、説明的な

フレーズや文で翻訳するケースが見られたためである。14 例出現し、(67)はその具体例である。

- (67) 【さらっ】と着て定番デニムをブラッシュアップ（女性誌『mina』、3 月号、p.45）

訳文：只需 1 件就让经典牛仔裤造型焕发时尚新光彩（中国語版《米娜》、3 月号、p.57）[その他]

説明：“只需 1 件”は「1 枚だけで」という意味である。「さらっと着て」の意味を説明的に訳したと考えられる。

残りは、誤訳と見られる 13 例である。また、擬態語を含む文が削除されたり、擬態語自体が訳されなかったりするケースも 30 例あった。

#### 8.4.3 ファッション雑誌における擬態語の翻訳の特徴

今回の調査で観察された擬態語の翻訳には、顕著な特徴がいくつか見られる。

まず、形容詞に訳す場合は、2 つの形容詞を連結して訳す現象が見られる。この 2 つの形容詞は意味が近く、1 つの形容詞がもう 1 つの形容詞の補足や更なる解釈になるものである。以下、具体例で示す。

- (68) 【ふわっ】としたチュールトップスも、黒のキャミソールを合わせれば上半身をひきしめてくれる。（女性誌『mina』、3 月号、p.41）

訳文：柔软飘逸的网纱上衣，搭配黑色吊带衫，收敛上半身线条感。（中国語版《米娜》、3 月号、p.53）[形容詞]

説明：「ふわっとした」はチュールトップスの素材と形を修飾したものである。

文脈と写真から、チュールトップスが柔らかくて広がるようなシルエットで、体にぴったりしすぎないという意味に受け取れる。“柔软”は、生地は見た目が柔らかさということの意味しており、“飘逸”は、軽く揺れたりしそうな形を形容するものである。単なる“柔软”でも“飄

逸”でも【ふわっ】の意味を伝えきれないため、2つの形容詞を連結して訳したと考えられる。

- (69) 【てろっ】としたトップスにサボテンや花の刺しゅうがさりげなくて可愛い。  
(女性誌『mina』、3月号、p.43)

訳文：丝滑柔顺的上衣用仙人球和花朵的刺绣图案自然展现可爱魅力。(中国語版《米娜》、3月号、p.54) [形容詞]

説明：上質で光沢のある生地を修飾する【てろっ】を訳す際に、シルクのようすべすべする質感を描写する“丝滑”と、シワが一つもなくサラサラする柔らかい触感を描写する“柔顺”でその感覚を再現しようとしている。この2つの形容詞はシャンプーのCMによく一緒に現れ、光沢と潤いのある女性のストレート・ヘアに使われるため、光沢のある様も連想される。【てろっ】の適切な翻訳と言える。

次に、形容詞や動詞、「その他」とした説明的な短文に訳す場合は、程度の差のあるものに訳す現象が見られる。程度副詞を加えるケースもあれば、説明だけで済ませるケースもある。(70)と(71)が代表的な例である。

- (70) パキッとカラーのコーデなら白ワンピースも浮かずに【ぴったり】。(女性誌『mina』、3月号、p.41)

訳文：选择简洁色彩的搭配白色连衣裙也毫不突兀显得十分合适(中国語版《米娜》、3月号、p.53) [形容詞]

説明：「～にぴったり」は、中国語で“合适”という形容詞で訳するのが一般的と考えられる。ただ、この文の場合は、「とても」という意味を表す程度副詞“十分”をさらに加えてある。中国語文法では、形容詞が述語に使われるときに程度副詞も一緒に使ったほうが落ち着くというルールがある、というのが理由であろう。確かに、この文も、“十分合适”のほうが落ち着く。それに、“合适”は単なる「ふさわしい」という意

味なので、“十分合适”で訳したほうが、【ぴったり】のニュアンスがより伝わる効果があると考えられる。

(71) ファーサンダル+ソックスで【しっかり】防寒（女性誌『mina』、3月号、p.66）

訳文：穿着毛毛鞋和堆堆袜提升保暖性（中国語版《米娜》、3月号、p.78）[その他]

説明：この文は【しっかり】を、独立の擬態語としてではなく、「しっかり防寒」という一塊のフレーズとして翻訳している。「しっかり防寒」は、確実に十分な防寒という意味である。対応する中国語訳は“提升保暖性”であり、直訳すれば「防寒効果を上げる」という意味になる。確実に十分な防寒という意味と比べ、程度の差がある。誤訳とまでは言えないが、翻訳者の「しっかり防寒」への理解が不足しているのか、説明が分かりやすいようにこう訳しているのか、不明である。

また、形容詞や副詞、説明的な短文に訳す場合は、意味転換や意味を広げて訳す手法が使われている。これらの翻訳は、擬態語のもともとの意味と少し離れているのだが、誤訳とは考えにくい。翻訳者が写真を見ながら、自分の理解に基づき、ファッション業界用語らしく、あるいはもっと実際の状況に近づこうと訳した結果であると考えられる。以下、(72)と(73)で説明する。

(72) ゆったりシルエットに黒レースで【ピリッ】とスパイスを（女性誌『mina』、3月号、p.43）

訳文：舒适自在的宽松版型用黑色蕾丝立刻加上辛辣味道（中国語版《米娜》、3月号、p.54）[副詞]

説明：「ピリッとスパイスを」の後ろに動詞「加える」が省略されている。【ピリッ】は瞬間的に強い刺激を受けてしびれを感じるさまという意味で使われている。これは、中国語に訳すのは極めて困難であるため、翻訳者は“加上（動詞「加える」）”を修飾する副詞“立刻”をチョイス



した。“立刻”は「すぐ」という意味であり、「ピリッと加える」という動作の瞬間的、瞬発的な感覚を出している。当然、【ピリッ】自体は、“立刻”という意味ではない。

(73) Iラインの効果で、前から見ても横から見ても【ほっそり】見えちゃううれしいオマケつき。(女性誌『mina』、3月号、p.70)

訳文：粗线条带来惊喜的视觉效果，从前面从侧面看都显得腿笔直纤细。(中国語版《米娜》、3月号、p.82) [形容詞]

説明：【ほっそり】は、細くてすらりとした様を表す擬態語である。この文の場合は、女性らしい体型の細さを意味する形容詞“纤细”だけではなく、まっすぐという意味の“笔直”も加わっている。Iラインの効果は、脚を細くすらっと、まっすぐに見せるという意味になる。【ほっそり】の意味を広げて訳した例である。

また、文脈が許せば、擬態語が醸し出す語感に近づこうと、四字熟語の動詞、オノマトペっぽい形容詞や副詞が使われるという現象が見られる。オノマトペっぽい言葉は疊語を指す。今回見られたのはabb型、aabb型、abab型、abac型の4種類である。それぞれの具体例は以下に示す。

(74) この前着た水色で【モコモコ】のキャミ。(女性誌『mina』、3月号、p.13)

訳文：这件毛茸茸的水蓝色吊带衫穿起来特别舒服。(中国語版《米娜》、3月号、p.32) [形容詞]

説明：【モコモコ】は中国語に訳せば、“毛茸茸”よりふさわしい言葉は他にないかもしれない。“毛茸茸”は毛や草が密生していてフワフワしているという意味である。abb型の“毛茸茸”は、【モコモコ】のニュアンスをよく伝えている。

(75) 【ふんわり】シルエットで、INにタートルも仕込めちゃう。(女性誌『mina』、

3月号、p.68)

訳文：松松垮垮の版型，在里面穿上高领衫也完全 OK。（中国語版《米娜》、3月号、p.80）[形容詞]

説明：ここの【ふんわり】は、広がる形を表すものであり、中国語に訳すと、“宽松”、“松垮”などの形容詞が対応する。ここはオノマトペっぽく、aabb 型の“松松垮垮”に訳されている。“松松垮垮”は洋服を形容するときにはゆったりしていて体にピタッとしなないという意味である。

(76) ボリュームストールを首に【グルグル】と巻けば、防寒対策だってばっちり。

(女性誌『mina』、3月号、p.62)

訳文：在脖子上一圈一圈围起宽围巾，还可以抵御寒冷呢。（中国語版《米娜》、3月号、p.74）[量詞]

説明：【グルグル】は、一周巻くのではなく、二周も三周も巻くという意味である。中国訳もその意味とニュアンスがちゃんと伝わる abab 型の“一圈一圈”が使われている。“一圈一圈”は、一周、二周…から、何周もという意味になる。

(77) ダークカラーのチュールから白デニムを【ちらり】。（女性誌『mina』、3月号、p.41)

訳文：深色系的网纱裙装中白色牛仔裤若隐若现。（中国語版《米娜》、3月号、p.53）[動詞]

説明：【ちらり】は、見えたり見えなかったり、人に想像させてしまうような意味とニュアンスである。abac 型で四字熟語の“若隐若现”という訳語はぴったりと言えよう。“若隐若现”の意味は隠れたり現れたりする様であり、特に肌の露出を形容するときによく使われる。

ただし、オノマトペっぽい言葉で訳す現象は見られるものの、中国語の擬態語、つまり「象声詞の隱喩的用法」で訳されるケースは一つもない。「象声詞の隱喩的用法」と

は具体的に何を指しているかという点、例えば、“她的脸刷地红了”の“刷”がその例である。“刷”が擬声語であり、この文の中では「顔が赤くなった」様子を表現している。顔が赤くなる動作は音を出すわけがないので、動作の瞬時性を形容するために使われている擬態語と考えられる。このような「象声詞の隠喩的用法」の擬態語訳は、今回の調査では一回も出現していない。もともと「象声詞の隠喩的用法」の擬態語がごくわずかしかな存在しないことがその根底にある。

最後に、表 23 で訳出されていないケースが 30 例もあるということから、擬態語は中国語ではどうしても表現できない場合もあることがわかる。これは、辞書と文学作品を調査対象とする王（2004）でも指摘されていたことである。翻訳の際に消えたオノマトペについては、以下の節で詳しく説明する。

#### 8.4.4 ファッション雑誌における擬態語の翻訳の問題点

筆者の経験から考えて、1 冊のファッション雑誌の翻訳者は一人ではなく、複数の人によって担当されていると考えられる。一人一人自分のパートを担当して翻訳する。翻訳者は、日本語を専攻するアルバイトの大学生もいれば、編集部の専門の担当者もいる。ということは、ファッション雑誌における擬態語の翻訳に示されている問題は、個人の問題ではなく、一般性のある問題と考えられる。今回の調査を通していくつかの問題が見えたので、それを次にまとめる。

第一に、誤訳が少なからず存在する。正規の出版物であるにもかかわらず、翻訳者が原文の擬態語を理解できていないまま訳してしまうことがあるため、全く異なる意味が読者に伝わりかねない。例えば、以下のような例が代表的である。

(78) 【ダボッ】としてたり、【ずるっ】としてたり。(女性誌『mina』、3月号、p.20)

訳文：紧身的也好，宽松的也罢（中国語版《米娜》、3月号、p.31）[形容詞]

説明：“紧身”は、体にぴったりしてタイトな感じを意味している。【ダボッ】

とは、正反対の意味である。“宽松”はゆったりしているという意味で

あり、素材の【ずるっ】とした触覚と関係ない。

試訳：或者样式宽松，或者面料柔滑。

説明：“样式宽松”はスタイルがゆったりしているという意味であり、“面料柔滑”は生地が柔らかくてなめらかという意味である。原文には、スタイルと生地という日本語はないが、中国語に翻訳するときに補う必要がある。そういうことから、日本語オノマトペがコンパクトで情報がたくさん入っていることがわかる。中国語の形容詞に翻訳するときに、形容する主語を入れないと何を言っているのかわからなくなってしまう。

(79) 【パキッ】とした流行色を主役にするだけでコーディネートレベルが格段アップ。(女性誌『mina』、3月号、p.52)

訳文：让这个爆红的流行色担当造型主角，令服饰搭配的时尚等级瞬间提高。

(中国語版《米娜》、3月号、p.64) [形容詞]

説明：“爆红”は、急に大流行したという意味の形容詞である。「パキッとした流行色」は、ヴィヴィッドな流行色という意味であり、“爆红的流行色”という訳は適切ではない。

試訳：只要让鲜艳的流行色担当造型主角，服饰搭配的时尚等级就会瞬间提高。

説明：「パキッとした流行色」は、ヴィヴィッドな流行色という意味であり、中国語に翻訳すると、“鲜艳的流行色”となる。

第二に、翻訳しにくい擬態語が出てきた場合、適切な中国語の表現になるように試行錯誤するのではなく、その擬態語を含む文自体を削除したり、その擬態語の訳出を避けたりすることで対応することがある。表 23 に 30 例も見られた「なし」、すなわち、訳出が避けられた例は、この問題を端的に示している。訳出が避けられた擬態語の一覧は、次の表 24 で示す通りである。

表 24：翻訳されていない擬態語

| 擬態語    | 原文の一部     | 擬態語     | 原文の一部     |
|--------|-----------|---------|-----------|
| 【カチッ】  | ～となりすぎず…  | 【たらん】   | ～、とゆれる    |
| 【カッチリ】 | ～めパンツ     | 【ちぐはぐ】  | ～な印象      |
| 【がらり】  | ～と変わる     | 【ちゃん】   | ～と暖かい     |
| 【キュッ】  | ～とりボンで結んだ | 【ちょい】   | ～モードな服    |
| 【キュン】  | …デザインに～   | 【ちょっ】   | ～と大人め     |
| 【グッ】   | ～と春らしく    | 【ちょっぴり】 | ～フェミニン    |
| 【こっくり】 | ～レディな赤    | 【ばっちり】  | 防寒対策だって～  |
| 【さらっ】  | ～とアウターがわり | 【ぴったり】  | どんなコーデにも～ |
| 【すっきり】 | ～春へとシフト中  | 【ピリッ】   | ～とスパイスを。  |
| 【すっきり】 | 短め丈で～     | 【ほっこり】  | ～ボリューム    |
| 【そろそろ】 | ～…にもマンネリ  | 【ほっそり】  | ～見せて      |
| 【たっぷり】 | ～ギャザー     | 【ゆる】    | ～Vライン     |

もちろん、表 24 のうち全てが訳せないから訳されていなかったわけではない。例えば、「グッと春らしく」の【グッ】は、中国語で“一下子”と訳せば無難に伝わるだろう。ただ、そうすると訳文が長くなったりくどくなったりすると翻訳者が考えたため、削除した可能性もある。くどくならないように、というのは翻訳術として取り得る選択肢だと考えられるが、冗長にならずに原文の意味とニュアンスを伝える努力する余地が、まだあるのではないだろうか。【キュン】、【そろそろ】、【ばっちり】、【ぴったり】、【ほっそり】、【ゆる】についても同じような問題があると考えられる。

また、「たっぷりギャザー」のように、【たっぷり】がよく知られているオノマトペで、単独の言葉としてなら意味を言えるものの、後続の「ギャザー」とセットになっているために、役者がどう訳せばいいのかわからなくなったと想像されるケースもいくつかあ

る。【さらっ】、【すっきり】、【ちゃん】、【ちょい】、【ちょっ】もそのケースに該当すると考えられる。

単純に難しい、親しみがない、意味がよく分からないあるいはよく中国語にできない擬態語は、【カチッ】、【カッチリ】、【がらり】、【キュッ】、【こっくり】、【すっかり】、【たらん】、【ちぐはぐ】、【ちょっぴり】、【ピリッ】、【ほっこり】であると推測される。これらの擬態語は、教科書でも教えられていなければ、日本での生活経験のない中国人の日常生活にもあまり登場しないと考えられる。

ファッション雑誌の翻訳は、文学作品や他の媒体の翻訳と性質が異なるところがある。例えば、文学作品の翻訳は翻訳者が持つ文学の素質を求めている。推敲を重ねての翻訳がほとんどである。しかし、早く輸入して早く翻訳して早く売り出すような、つまり瞬時性を求められるファッション誌雑誌の場合は、翻訳のスタイルが変わってくることが予想される。翻訳しにくいオノマトペを推敲する時間もないし、教科書で紹介されていないオノマトペを調べるために辞書を引く時間もない。これもファッション雑誌における日本語オノマトペが中国語に訳される際に消えてしまう原因の 1 つであると考えられる。

第三に、情緒的で感性的な擬態語を客観的で説明的な形容詞や副詞、動詞などに訳すと、擬態語のもともとの表現力が失われてしまう。もちろん、日本語と中国語の性質の違いのため、どうしてもない場合も少なくないが、工夫の余地がある場合もある。

例えば、7.4.4 でも指摘しているように、ファッション雑誌は、オノマトペ語あるいはオノマトペ語＋「と」／「に」で終わる文が好ましい傾向がある。理由として、活発な雰囲気を作るためにリズム感を重視することや、文末に置かれるオノマトペ語の視覚的インパクトを強めたいということが考えられる。文末に表れる擬態語は、中国語に翻訳される際、その効果がどのように発揮させるのかについて検討していかなければならない。翻訳例を見てみると、まだ十分に発揮できていないようである。

- (80) カラフル&キュートなバービーに【メロメロ】♥（女性誌『mina』、3月号、p.7）

訳文：完全被多彩可爱的芭比娃娃迷住了。（中国語版《米娜》、3月号、p.13）

[動詞]

説明：【メロメロ】の後ろに「します」が省略されている。動詞を省略することによって文がオノマトペの【メロメロ】で終わることになり、対象にすっかり惚れ込み、愛情に酔っている感じが強調され、文のリズム感が増す。もし「カラフル&キュートなバービーにメロメロします」だったら、そうした効果は半減してしまうだろう。中国語では、“被…迷住”という動詞の受動態が対応している。直訳すれば「…に魅了されている」の意味になるが、客観的・分析的な表現であり、原文のニュアンスとテンションとかなり差がある。

試訳：被多彩可愛的芭比妹妹迷得不要不要的♥

説明：以上、筆者の提案する訳文は、“不要不要的”が目立っている。“不要不要的”は最近流行っている若者言葉で、日本語に訳すと「たまらない」という意味になる。愛嬌もあれば【メロメロ】が伝わりとうとする好きという感情の強さも表現できる。【メロメロ】と同じく文末にあるため、重量感も感じさせる。また、原文に使われた「♥」も欠かさない。「♥」の欠落で訳文は効果が半減してしまう。

- (81) 首つまりシルエットでインナー使いにも【ぴったり】。(女性誌『mina』、3月号、p.59)

訳文：领口的设计让它还可以做里衬。(中国語版《米娜》、3月号、p.71) [その他]

説明：「～にもぴったり」は、“还可以”という説明的な訳し方で訳されている。中国語訳の文を日本語にすると、「首つまりシルエットでインナー使いとしても使えます」という感じになり、【ぴったり】で終わる原文の簡潔さとリズム感が完全に失われている。

試訳：领口的设计做里衬也绝对完美！

説明：筆者の提案する訳文の“绝对完美”は、「絶対完璧」という意味である。

さらに“！”をプラスすることで原文のニュアンスを再現する。

(80) と(81)を見てわかるのは、単純に意味を伝える訳し方は、ファッション雑誌の翻訳にふさわしくない。オノマトペは感覚的な表現であり、説明的に訳しても、原語が持っている感覚がダイレクトに伝わらないためである。日本のファッション雑誌は日本語の特性を生かし、独特なオノマトペの多用でファッション雑誌ならではの言葉遣いのスタイルを作り上げているのに対して、中国語の翻訳バージョンにはそうしたスタイルがまだ確立されていない。もちろん、それは擬態語というものをあまり使わない中国語という言語の性質によるが、工夫次第では擬態語の効果に相当する表現法で、中国語らしい新たなファッション雑誌のスタイルを確立できる可能性もある。

## 8.5 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳のまとめ

本調査は、ファッション雑誌とその中国語の翻訳を比較した調査を通じて、ファッション雑誌におけるオノマトペの中国語訳の類型と特徴、また中国語の翻訳に見られる問題点について論じてきた。

今回の調査では、ファッション雑誌においては日本語の原文には擬音語が見られず、擬態語しか現れなかった。これらの擬態語の中国語訳を品詞で分けると、形容詞と副詞が最も多く、続いて動詞、名詞、量詞も見られた。また、既存の語では対応しきれず、説明的なフレーズや文で訳すケースも見られた。さらに、誤訳されている擬態語や、訳出を回避されている擬態語も少なくないことがわかった。

調査の結果、ファッション雑誌におけるオノマトペの中国語訳に 5 つの特徴が見られることがわかった。

- ①形容詞に訳す場合は、2 つの形容詞を連結して訳す現象が見られる。
- ②形容詞や動詞、説明的な短文に訳す場合は、程度副詞を加えるなど程度の差のあるものとして訳す現象が見られる。
- ③形容詞や副詞、説明的な短文に訳す場合は、意味転換や意味を拡大して訳す手法が用いられている。



- ④日本語の擬態語が醸し出す語感に近づこうと、四字熟語の動詞、オノマトペっぽい形容詞や副詞が使われるという現象が見られる。ただし、中国語の擬態語、つまり「象声詞の隠喩的用法」で訳すケースは一つも見られなかった。
- ⑤日本語の擬態語の持つ感覚的なニュアンスは、中国語ではどうしても表現しきれない場合もある。

中国語の翻訳に見られる問題点は次の3つにまとめられる。

- ①誤訳が少なからず存在する。
- ②翻訳しにくい擬態語が出てきた場合、適切な中国語の表現になるように試行錯誤するのではなく、その擬態語を含む文自体を削除したり、その擬態語の訳出を避けることで対応することがある。
- ③情緒的で感性的な擬態語を客観的で説明的な形容詞や副詞、動詞などに訳すと、擬態語のもともとの表現力が失われてしまう。

以上の結論から、日本語オノマトペの翻訳について更なる研究が必要とされていることが示唆される。「信（正しく）・達（わかりやすく）・雅（美しく）」に従うことが翻訳の基本と言われるが、オノマトペの翻訳がどのような手法を使えば正しくわかりやすく美しいものになるのかは、日中翻訳において、今後、翻訳論の課題の1つとして、より重視されるようになるだろう。特に、ファッション雑誌という媒体の特殊性を考え、ファッション雑誌に使われるオノマトペを中国語で表現するとき、「信」と「達」までは説明的な翻訳で対応できるかもしれないが、「雅」という感覚的表現が醸し出せるようになるには、資料の範囲を拡大し、どのような訳出パターンがあり得るかを探る努力が必要であろう。

本調査は、分析対象の量が少ないことが最も大きな課題である。今後、ファッション雑誌の量と種類を増やし、ファッション雑誌におけるオノマトペの翻訳の全体像を明らかにするとともに、小説や詩歌、料理や医療、漫画やスポーツなどの他の言語使用域と

の比較のなかで、ファッション雑誌のオノマトペの翻訳上の特徴を明らかにすることが求められる。今後の課題としたい。

## 第9章 おわりに

### 9.1 本研究の結論

ファッション雑誌における日本語オノマトペの特徴、そしてその中国語訳の特徴を明らかにするために、筆者はこの研究を始めた。先行研究を調べるうちに、日本語オノマトペの研究は豊富な蓄積はあるが、音の組み合わせや音象徴といった音韻面、語構成や統語的現象といった形態面に着目した理論的・記述的研究に偏り、料理や医療、漫画やスポーツといった言語使用域の研究、殊に、オノマトペが頻出するファッション雑誌の研究は、さほど進んでいないことがわかった。それに、ファッション雑誌に使われるオノマトペの中国語訳に関する研究はゼロであることもわかった。

ファッション雑誌におけるオノマトペを調べるため、限られた先行研究を踏まえ、筆者は女性ヤングファッション雑誌、女性アダルトファッション雑誌、男性ファッション雑誌を対象に調査を行い、年代差、男女差という社会言語学的角度からオノマトペの使用上の特徴を分析・考察した。また、ファッション雑誌と料理雑誌の比較を行った。最後に、ファッション雑誌とその中国語版を対象に調査し、ファッション雑誌に使われるオノマトペの中国語訳の特徴や問題点についても論じた。その結果を以下でまとめる。

ファッション雑誌におけるオノマトペは、年代差と男女差により使用上の差異が見えた。男性誌より女性誌のほうが一般にオノマトペの使用を好む。一方、女性アダルト誌と女性ヤング誌は、オノマトペの使用率がさほど変わらない。つまり、オノマトペが有意に多く使われるかどうかに影響を与える要素は性別であり、年齢はあまり関係していない。その一方、ヤング誌にだけ出現するオノマトペの種類はアダルト誌にだけ出現するオノマトペの種類より多い。また、使用されるオノマトペの種類の大きな差異は男性誌と女性誌の間で観察できなかった。つまり、使用されるオノマトペの種類が多いかどうかは、性別ではなく年齢と関係しているという結果であった。さらに、細かく見ると、多用されやすいオノマトペは、男性誌と女性誌は異なるのに対して、ヤング誌とアダルト誌は共通するものがほとんどである。ということは、性別により、多用しやすいオノマトペが異なると言える。年齢による異なりは見られなかった。ただし、多用されやすいオノマトペの順位の異なりについては、年齢によっても影響される。多用しやすいオノマトペの順位が異なる原因として考えられるのは、描写対象の異なりがオノマトペの

使用率に影響しているということである。これについては、男女差を検討する場合と年代差を検討する場合では、描写対象に応じた細かい相違がある。男性誌は、物の描写にオノマトペを多用し、それを通して物を身につける人のイメージを作り上げる傾向があるのに対して、女性誌は、物を身につける人の描写に直接オノマトペを使用する傾向がある。一方、年代差の場合は、具体例を挙げて説明した。例えば【ふわ】系のオノマトペは、アダルト誌はほとんど形・素材の描写に【ふわ】系のオノマトペを使用しているのに対し、ヤング誌は雰囲気や色の描写にも【ふわ】系のオノマトペを多用していた。

形態については、性別による有意差は見られなかったが、年齢による有意差は観察された。具体的に、年齢が上がることにより、安定した形態のオノマトペを好む傾向が見られる。若い世代は、ファッション雑誌独特のオノマトペの形態を好んで多用している。

表記については、年齢による差異だけが有意差である結果を得られた。若ければ若いほど、活発な表記、「ひらがなとカタカナの混用」「アルファベット」「符号混じり」の表記を好む傾向である。理由として考えられるのは、若い世代のほうが文字の視覚的な活発さとインパクトを追求しており、カタカナや符号混じりのオノマトペを、表現を豊かに見せる効果的な手段として使っている。一方で、年齢が上がるにつれて、穏やかで装飾なく綴る表現を好むようになる。

文末表現についても、年齢のみと関係していることがわかった。若い世代のほうが、活発な雰囲気を作るためにリズム感を重視する、視覚的インパクトをより強調する傾向がある、そして情報を大量に詰め込もうとする傾向があるため、オノマトペ、あるいはオノマトペの直後には使われる「と」/「に」で終わる文が多い。

今回の調査を通して、年代差と男女差によるオノマトペの使用上の特徴をある程度解明できた。年代差による最大の特徴は、年代が異なることにより、求める理想像も異なり、その理想像に沿った言葉遣い、つまりオノマトペの使用も異なるということである。一方、男女差による最大の特徴は、似たような雰囲気において、男女は異なるオノマトペを用いて表現するということである。男性誌の「しっかり」と女性誌の「きちんと」、男性誌の「ほっこり」「くたくた」と女性誌の「ゆるゆる」は、似ている雰囲気を作るために選ばれる異なる表現である。オノマトペを使うことによって、男らしさ、女らしさの微妙な区別を表現できていると考えられる。日本語においては、男性語と女性語の

区別は減少していると言われているが、オノマトペの場合は、ジェンダーに対するステレオタイプが意識され、使い分けの傾向が根強く残っている可能性がある。

次に、ファッション雑誌と料理雑誌の比較ではファッション雑誌に使用されるオノマトペの特徴が4つ見られた。第一に、オノマトペの使用量が多く、形態の種類も豊富である。特に、1つの語基から多様な形態、新しい形態が積極的に生産されている。新しい形態の代表例は、「オノマトペAの語基+オノマトペBの語基=新しい語」「オノマトペの語基+形容詞（あるいは形容詞の一部）=新しい形容詞」「オノマトペの語基を単独で使う」の3つが挙げられる。第二に、感覚を重要視するファッション雑誌はカタカナのオノマトペが多いという仮説は成立しなかった。ファッション雑誌には擬音語が少ないためと考えられる。第三に、ファッション雑誌の文末表現には特徴があり、「オノマトペ（+「と」/「に」）で文が終わる」用法が多い。その理由は、ファッション雑誌は活発な雰囲気を作るためにリズム感を重視すること、また文末に置かれるオノマトペの視覚的なインパクトを利用していることが考えられる。第四に、多用されるオノマトペを具体的に見てわかったことは、ファッション雑誌らしい決まったオノマトペが存在すること、ファッション雑誌のオノマトペの後接は種類が多いことである。理由としては、ファッション雑誌は商品を紹介する内容が中心であり、名詞を描写するオノマトペの使い方が多いことである。

最後に、ファッション雑誌におけるオノマトペの中国語訳の特徴と問題点をまとめる。概観すると、ファッション雑誌におけるオノマトペは擬態語しかなく、それらの中国語訳は、形容詞と副詞が最も多く、続いて動詞、名詞、量詞もあり、既存の語では対応しきれず、説明的なフレーズや文で訳すケース、誤訳や訳出を回避されるケースもある。ファッション雑誌におけるオノマトペの中国語訳に見られた特徴は、①形容詞に訳す場合は、2つの形容詞を連結して訳す現象が見られる、②形容詞や動詞、説明的な短文に訳す場合は、程度副詞を加えたりして程度の差のあるものとして訳す現象が見られる、③形容詞や副詞、説明的な短文に訳す場合は、意味転換や意味を広げて訳す手法が用いられている、④日本語の擬態語が醸し出す語感に近づこうと、四字熟語の動詞、オノマトペっぽい形容詞や副詞が使われるという現象が見られる、⑤日本語の擬態語の持つ感覚的なニュアンスは、中国語ではどうしても表現しきれない場合もある、という5つの

特徴である。また、中国語訳に見られた問題点は、①誤訳が少なからず存在する、②翻訳しにくい擬態語が出てきた場合、適切な中国語の表現になるように試行錯誤するのではなく、その擬態語を含む文自体を削除したり、その擬態語の訳出を避けることで対応することがある、③情緒的で感性的な擬態語を客観的で説明的な形容詞や副詞、動詞などに訳すと、擬態語のもともとの表現力が失われてしまう、という 3 つの問題点である。

こうした点を踏まえると、日本語オノマトペは、中国語から見れば形容詞と副詞に相当する表現であり、それも単に中国語の形容詞や副詞で置き換えの利く表現ではなく、微妙なニュアンスを工夫して付加する必要のある表現であることがわかる。そのため、翻訳すること自体が困難であり、訳出を回避することで対処したり、訳出しても誤訳になったり元の表現の有する力が失われることが多く、ファッション雑誌のオノマトペの場合、ファッション雑誌という媒体の特殊性を考慮しての翻訳について更なる考察が必要であることがわかった。

## 9.2 今後の展望

本研究は、計 17 種類のファッション雑誌と 1 種類の料理雑誌を対象に、可能な限り科学的な方法で調査を行ったが、量的研究は、データベースの充実が課題であり、今後も、コーパスのデータを充実させていかなければならない。

社会言語学的にファッション雑誌におけるオノマトペを分析・考察するのに、年代差、男女差以外、他にも様々な角度が考えられる。筆者は、修士論文でファッション雑誌のオノマトペの季節感について調べたが、データ量が少なかった。今後、季節感はもちろん、時代差などの角度からもファッション雑誌のオノマトペの研究を進めていくことを考えている。

また、料理雑誌のオノマトペとの比較研究は、ファッション雑誌におけるオノマトペの使用実態を明らかにするための調査の一部に過ぎない。ファッション雑誌のオノマトペの特徴をより客観的に明らかにするためには、一般雑誌、あるいは現代日本語書き言葉均衡コーパス（BCCWJ）のようなものとの比較の中で特徴語を示す必要もあろう。また、今回、仔細な分析ができなかったオノマトペの形態と後接に関する精緻な検証も必要となろう。今後の課題としたい。

ファッション雑誌におけるオノマトペの中国語訳に関する調査については、最も大きな課題は分析対象の量が少ないことである。今後、ファッション雑誌の量と種類を増やしていき、分析を深めていく必要がある。データ量を増やせば、日本語オノマトペの中でどのようなものが翻訳しにくいのか、あるいは中国語に訳す際に消えがちなのか、という一定のルールが見えてくることが期待できるだろう。さらに、ファッション雑誌におけるオノマトペの翻訳の全体像を明らかにするとともに、小説や詩歌、料理や医療、漫画やスポーツなどの他の言語使用域との比較のなかで、ファッション雑誌のオノマトペの翻訳上の特徴をより明確にすることも今後の目標である。

## 注

- 1) アルファベットの意味：C——子音、V——母音、Q——促音、N——発音
- 2) □は「子音＋母音」の一モーラを表す。
- 3) 池上（1975）によると、共感覚とは、本来ある種の感覚について用いられる表現が、他の種類の感覚について用いられるという現象である。
- 4) 国立国語研究所ホームページ“東北方言オノマトペ用例集” (<https://www.ninjal.ac.jp/pages/onomatopoeia/>)（2018年2月2日）を参照。
- 5) 発行部数のデータはすべて「日本雑誌協会」(<http://www.j-magazine.or.jp/>)の調べた結果に基づいている。また、ファッション雑誌というジャンルに認定するかどうかは、「ファッション雑誌ガイド Fashion Magazine」(<http://www.magazine-data.com/>)を基準にしている。以下同様。
- 6) 6位から10位までのオノマトペは、【ゆる】系、【きら（ぎら）】系、【ちら】系、【ゆったり】、【ざく】系以外では、統計的な有意差は見られなかった。
- 7) 石川・前田・山崎（2010）より、通常、言語研究では5%水準が最も一般的である（p59）。それを理解した上で、より多くのオノマトペを分析対象として傾向をみることを優先し、一部に5%を超えるものも併せて掲載した。10%以下のものは有意傾向があると判断している。以下同様。
- 8) 複数のアダルト誌の編集経験のある大手出版社の女性編集者にインタビューをし、今はやっている大人の女性の理想像について教示を受けた。（インタビュー日時：2014年10月29日）
- 9) 古文と方言に関する解釈は省略する。
- 10) 8)と同じインタビュー。



## <参考文献>

- 秋元美晴（2007）「日本語教育におけるオノマトペの位置づけ」『日本語学』26、pp.24-34、明治書院
- 浅野鶴子〔編〕・金田一春彦〔解説〕（1978）『擬音語・擬態語辞典』角川書店
- アブドゥル ラザック シティ ハジャ（2014）「ファッション雑誌の化粧品広告におけるオノマトペについて」『人間文化創成科学論叢』16、pp.77-85、お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科
- 天沼寧〔編〕（1974）『擬音語・擬態語辞典』東京堂出版
- 有賀千佳子（2007）「オノマトペを通して、語彙の学習・教育について考える」『日本語学』26-7、pp.65-73、明治書院
- 池上嘉彦（1975）『意味論』大修館書店
- 石川慎一郎・前田忠彦・山崎誠〔編〕（2010）『言語研究のための統計入門』くろしお出版
- 石黒圭（2007）『よくわかる文章表現の技術V 文体編』明治書院
- 石黒圭（2008）「オノマトペとは」『國文学：解釈と教材の研究』53-14、pp.24-32、學燈社
- 石黒圭（2014）「感度を高める言葉の教育(7) 留学生はオノマトペが苦手」『指導と評価』60-10、pp.45-47、図書文化社
- 石黒圭（2017）『形容詞を使わない 大人の文章表現力』日本実業出版社
- 岩永嘉弘（2009）「広告文のオノマトペ——キャッチフレーズから、ネーミングまで」『國文学：解釈と教材の研究』53-14、pp.33-41、學燈社
- 越前谷明子（1989）「マンガの擬音語・擬態語——作家にみる」『日本語学』8-9、pp.44-52、明治書院
- 王冠華（2004）「日本語の擬音語・擬態語の中国語訳の表現について」『経営研究』17-2・3、pp.257-279、愛知学泉大学経営研究所
- 王湘榕（2014）「小説『ノルウェイの森』の三種の中国語訳に見られる擬態語について」『文体論研究』60、pp.61-74、日本文体論学会

- 大園菜央（2007）「オノマトペの研究——宮沢賢治の作品を通して」『筑紫語文』16、pp.6-43、筑紫女学園大学日本語日本文学科
- 大坪併治（1989）『擬声語の研究』明治書院
- 大野晋（1978）『日本語の文法を考える』岩波書店
- 荳阪直行（2001）「ことばと感覚——擬音語・擬態語からみるクオリアの探究」『月刊言語』30-9、pp.70-77、大修館書店
- 小野正弘〔編〕（2007）『日本語オノマトペ辞典：擬音語・擬態語 4500』小学館
- 小野正弘（2009）『オノマトペがあるから日本語は楽しい：擬音語・擬態語の豊かな世界』平凡社
- 小野正弘（2013）『オノマトペと詩歌のすてきな関係』NHK 出版
- 小野正弘（2015）「オノマトペの意味変化」『日本語学』34-11、pp.12-21、明治書院
- 小野正弘（2017a）「オノマトペ『はくはく』の意味変化」『国語語彙史の研究』36、pp.57-73、和泉書院
- 小野正弘（2017b）「オノマトペの対照研究のために：中国語に擬態語はありますか？」『日中言語対照研究論集』19、pp.1-15、日中言語対照研究会
- 小野正理・坂本真樹・清水祐一郎（2011）「オノマトペによる共感覚比喩が理解しやすいのはなぜか」『日本認知言語学会論文集』11、pp.170-180、日本認知言語学会
- 筧寿雄・田守育啓〔編〕『オノマトピア：擬音・擬態語の楽園』勁草書房
- 川越めぐみ（2005）「東北方言オノマトペの特徴についての考察——宮沢賢治のオノマトペの場合」『言語科学論集』9、pp.37-48、東北大学大学院文学研究科言語科学専攻
- 川越めぐみ（2008）「東北方言的宮沢賢治オノマトペ考察」『國文學：解釈と教材の研究』53-14、pp.107-115、學燈社
- 喜古容子（2007）「片仮名の表現効果——戦後の小説を資料に」『早稲田日本語研究』16、pp.61-72、早稲田大学日本語学会
- 窪菌晴夫（1999）『日本語の音声』岩波書店
- 小嶋孝三郎（1970）「現代詩とオノマトペ」『立命館文學』220、pp.814-841、立命館大学人文学会

- 呉川（1998）「啄木の短歌におけるオノマトペ——中国語訳と比較して」『国際関係研究』19-2、pp.207-228、日本大学国際関係学部国際関係研究所
- 坂本真樹（2010）「小学生の作文にみられるオノマトペ分析による共感覚比喻一方向仮説再考」『日本認知言語学会論文集』10、pp.129-139、日本認知言語学会
- 坂本真樹（2015）「『オノマトペ』から定量化する質感と感性：製品開発・宣伝広告の最前線」『ことばと人間』10、pp.1-16、「言語と人間」研究会
- 坂本真樹（2016）「オノマトペ感性評価システムと生成システムの開発」『研究開発リーダー』13-1、pp.45-49、技術情報協会
- 佐々木文彦（2012）「オノマトペの語義の変遷について：『ほのぼの』『つやつや』を例に」『明海日本語』17、pp.17-27、明海大学日本語学会
- 下地賀代子（2013）「南琉球・多良間島方言のオノマトペの形式」『沖縄国際大学日本語日本文学研究』17-2、pp.13-32、沖縄国際大学日本語日本文学会
- 寿岳章子（1966）『レトリック：日本人の表現』共文社
- 徐一平・譙燕・呉川・施建軍（2010）《日语拟声拟态词研究》、学苑出版社（北京）
- 徐淑明（1985）「日本語の擬声語・擬態語に関する中国語訳の問題点 漱石『吾輩は猫である』（李永熾氏訳）を資料として」『国語学研究』25、pp.41-51、「国語学研究」刊行会
- 水藤新子（2000）「幸田文のオノマトペ——『既成語の結合』を対象として」『文体論研究』46、pp.15-27、日本文体論学会
- 鈴木雅子（1965）「むかしの擬声語・擬態語」『言語生活』171、pp.60-65、筑摩書房
- 瀬戸口律子（1982）「日中両国語における擬音語・擬態語について」『大東文化大学紀要人文科学』20、pp.81-97、大東文化大学
- 瀬戸口律子（1984）「擬音語・擬態語表現（日本語－中国語）について」『大東文化大学紀要人文科学』22、pp.1-17、大東文化大学
- 瀬戸口律子（1985）「中国語の“象声詞”－日本語の擬態語との比較を中心に－」『大東文化大学紀要人文科学』23、pp.341-357、大東文化大学
- 瀬戸賢一（2003）『ことばは味を超える：美味しい表現の探求』海鳴社
- 竹田晃子（2015）「方言オノマトペの特徴と地域差」『日本語学』34-11、pp.22-33、明

治書院

玉村文郎（1989）「日本語の音象徴語の特徴とその教育」『日本語教育』68、pp.1-12、

日本語教育学会

田守育啓（1991）『日本語オノマトペの研究』神戸商科大学経済研究所

田守育啓・ローレンス・スコウラップ（1999）『オノマトペ 形態と意味』くろしお出版

田守育啓（2001）「日本語オノマトペの音韻・形態的特徴に関する実証的研究」『人文論集』36-4、pp.221-239、神戸商科大学学術研究会

田守育啓（2002）『もっと知りたい！日本語オノマトペ 擬音・擬態語をたのしむ』岩波書店

田守育啓（2010）『賢治オノマトペの謎を解く』大修館書店

丹野眞智俊（2005）『オノマトペ《擬音語・擬態語》を考える——日本語音韻の心理学的研究』あいり出版

丹野眞智俊・石橋尚子（2007）「オノマトペにおける清音と濁音の比較」『児童教育学研究』26、pp.34-70、神戸親和女子大学児童教育学会

趙寅秋（2014）「擬音語の擬態語化についての日中対照研究：日本語『ABAB』型オノマトペ両用語と中国語『ABB』型形容詞を例として」『比較社会文化研究』35、pp.41-52、九州大学大学院比較社会文化研究科

張新力（1999）「日本語オノマトペの中国語訳の類型」『言語と文化：愛知大学語学教育研究室紀要』23、pp.35-54、愛知大学語学教育研究室

陳佳雯（2003）「日本マンガにおけるオノマトペ（1）—数量的調査対象及び基準を基盤に一」『比較社会文化研究』14、pp.129-141、九州大学

陳佳雯（2004）「日本マンガにおけるオノマトペ（2）—数量的調査対象及び基準を基盤に一」『比較社会文化研究』16、pp.47-54、九州大学

飛田良文・浅田秀子（2002）『現代擬音語擬態語用法辞典』東京堂出版

中里理子（2002）「オノマトペの多義性と意味変化——近世・近代の『まじまじ』を例に」『上越教育大学研究紀要』22-1、pp.282-268、上越教育大学

中村明（1991）『日本語レトリックの体系：文体のなかにある表現技法のひろがり』

岩波書店

夏目房之介（2013）「マンガにおけるオノマトペ」『オノマトペ研究の射程＝Sound Symbolism and Mimetics：近づく音と意味』篠原和子・宇野良子〔編〕、pp.217-241、ひつじ書房

西村由美（2009）「対話コーパスから見た日本語母語話者と学習者のオノマトペ使用の特徴——日本語教育におけるオノマトペ指導に向けての基礎的研究」『言語コミュニケーション文化』7-1、pp.97-111、関西学院大学大学院言語コミュニケーション文化学会

野間秀樹（2001）「オノマトペと音象徴」『月刊言語』30-9、pp.12-18、大修館書店

秦野寛子（2013）「雑談にみられるオノマトペ」『国文』119、pp.89-74、お茶の水女子大学国語国文学会

浜野祥子（2013）「方言における擬音語・擬態語の体系的研究の意義」『オノマトペ研究の射程＝Sound Symbolism and Mimetics：近づく音と意味』篠原和子・宇野良子〔編〕、pp.133-147、ひつじ書房

日向茂男（1986a）「特集・擬音語・擬態語——マンガの擬音語・擬態語(1)」『日本語学』5-7、pp.57-67、明治書院

日向茂男（1986b）「特集・擬音語・擬態語——マンガの擬音語・擬態語(2)」『日本語学』5-8、pp.98-108、明治書院

日向茂男（1986c）「特集・擬音語・擬態語——マンガの擬音語・擬態語(3)」『日本語学』5-9、pp.56-66、明治書院

日向茂男（1986d）「特集・擬音語・擬態語——マンガの擬音語・擬態語(4)」『日本語学』5-10、pp.86-96、明治書院

日向茂男（1986e）「特集・擬音語・擬態語——マンガの擬音語・擬態語(5)」『日本語学』5-11、pp.81-87、明治書院

日向茂男（1986f）「特集・擬音語・擬態語——マンガの擬音語・擬態語(6)」『日本語学』5-12、pp.109-119、明治書院

日向茂男（1993）「オノマトペの魅力」『月刊言語』22-6、pp.20-25、大修館書店

藤野良孝・井上康生・吉川政夫（2005）「スポーツオノマトペの実態について」『東

- 海大学スポーツ医科学雑誌』17、pp.28-38、東海大学スポーツ医科学研究所
- 藤野良孝（2008）『スポーツオノマトペ—なぜ一流選手（トップアスリート）は「声」を出すのか』小学館
- 星野和子（2005）「擬態語の文法」『駒沢女子大学研究紀要』12、pp.195-198、駒沢女子大学
- 細馬宏通（2017）「介護活動を表現するオノマトペ（『医療福祉におけるコミュニケーション支援の可能性』および一般）」『言語・音声理解と対話処理研究会』79、pp.25-28、人工知能学会
- 前島年子（1967）「時代を通して見た擬声語・擬態語」『日本文学』28、pp.42-55、東京女子大学日本文学研究会
- 三上京子（2007）「日本語教材とオノマトペ」『日本語学』26-7、pp.36-46、明治書院
- 水野あゆ（2003）「日本語と中国語におけるオノマトペについて——翻訳漫画の比較から」『言語と交流』6、pp.129-147、言語と交流研究会
- 茗荷田（2008）「江戸川乱歩のオノマトペ——『乱歩的』世界を中心に——」『文体論研究』54、pp.33-44、日本文体論学会
- 森山未季子（2012）「童謡の歌詞におけるオノマトペ：時代差の観点から」『語文』143、pp.103-92、日本大学国文学会
- 山口仲美（1987）「音象徴語研究の一視点」『国語語彙史の研究』7、pp.345-360、和泉書院
- 山口仲美〔編〕（2003）『暮らしのことば 擬音・擬態語辞典』講談社
- 山口仲美（2011）「擬音語・擬態語の変化」『日本語史研究の課題』、pp.200-226、日本語研究会
- 山口仲美（2012）「オノマトペの文法的機能の変遷」『明治大学国際日本学研究』5-1、pp.96-81、明治大学国際日本学部
- 山口仲美（2017a）「楽器の音を写す擬音語：古代・中世」『埼玉大学紀要. 教養学部』52-2、pp.71-88、埼玉大学教養学部
- 山口仲美（2017b）「擬音語の史的推移」『国語語彙史の研究』36、pp.133-147、和

泉書院

山田敏弘（2013）「岐阜方言のオノマトペ表現」『岐阜大学教育学部研究報告. 人文科学』62-1、pp.1-14、岐阜大学教育学部

吉田麻衣子（2008）「男女差の視点から見た日本語オノマトペ——雑誌における検証」『東アジア日本語教育・日本文化研究』11、pp.47-60、東アジア日本語教育・日本文化研究学会

李大年（2007a）「日本少女まんがにおける擬態語(1)——意味・形態的特徴を中心に——」『比較社会文化研究』21、pp.111-121、九州大学大学院比較社会文化学府

李大年（2007b）「日本少女まんがにおける擬態語(2)——意味・形態的特徴を中心に——」『比較社会文化研究』22、pp.111-116、九州大学大学院比較社会文化学府

林玉恵（2009）「『窓ぎわのトットちゃん』からみる擬音語・擬態語の中国語訳の問題点——ABAB型の擬音語・擬態語を中心に——」『語彙研究』7、pp.20-29、語彙研究会

ファッション雑誌ガイド Fashion Magazine : <http://www.magazine-data.com/>

日本雑誌協会 : <http://www.j-magazine.or.jp/>

国立国語研究所 : <https://www.ninjal.ac.jp/pages/onomatopoeia/>

## ＜調査対象とした雑誌＞

- 『Domani』 2012年1月号～12月号、小学館
- 『Gainer』 2012年1月号～12月号、光文社
- 『JELLY』 2012年1月号～12月号、ぶんか社
- 『LEE』 2012年1月号～12月号、集英社
- 『LEON』 2012年1月号～12月号、主婦と生活社
- 『Marisol』 2012年1月号～12月号、集英社
- 『Men's JOKER』 2012年1月号～12月号、KKベストセラーズ
- 『MEN'S NON-NO』 2012年1月号～12月号、集英社
- 『mina』 2017年3月号、主婦の友社
- 『MORE』 2012年1月号～12月号、集英社
- 『non-no』 2012年1月号～12月号、集英社
- 『Safari』 2012年1月号～12月号、日之出出版
- 『STORY』 2012年1月号～12月号、光文社
- 『VERY』 2012年1月号～12月号、光文社
- 『ViVi』 2012年1月号～12月号、講談社
- 『with』 2012年1月号～12月号、講談社
- 『きょうの料理』 2012年1月号～12月号、NHK出版
- 《米娜时尚国际中文版》 2017年3月号、女性大世界杂志社



## 本論文のもとになった既発表論文

### 第1章 はじめに

書き下ろし

### 第2章 先行研究の概観

書き下ろし

### 第3章 先行研究における本研究の学史上の位置づけ

書き下ろし

### 第4章 本研究における調査の概要

書き下ろし

### 第5章 ファッション雑誌におけるオノマトペの年代差

赫楊（2016）「若者向けファッション誌と大人向けファッション誌におけるオノマトペの使用上の差異」『表現研究』103、pp.21-30、表現学会

### 第6章 ファッション雑誌におけるオノマトペの男女差

赫楊（2017）「男性・女性ファッション誌に見るオノマトペの使用上の差異」『一橋日本語教育研究』5、pp.1-10、一橋日本語教育研究会

### 第7章 ファッション雑誌におけるオノマトペの特徴—料理雑誌との比較

赫楊（2017）「ファッション誌におけるオノマトペの特徴：料理誌との比較」『一橋大学国際教育センター紀要』8、pp.57-67、一橋大学国際教育センター

### 第8章 ファッション雑誌における日本語オノマトペの中国語訳について

書き下ろし

### 第9章 おわりに

書き下ろし