

## 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

HE YANG

赫 楊

LD132002

### 要 旨

日本語はオノマトペの多い言語であると言われる。オノマトペを使用する数多くの媒体の中で、日本のポップカルチャーの代表例として挙げられるファッション雑誌に、筆者は特に興味を持っている。以前、日本のファッション雑誌を中国語に翻訳する仕事を通じて、日常の最新事情を最も敏感に取り上げるメディアの1つである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、新しく作ら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たためである。ファッション雑誌におけるオノマトペは、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るにもかかわらず、ファッション雑誌における日本語オノマトペの研究はさほど進んでいない現状がある。さらに、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る。本研究の目的は、日本のファッション雑誌における日本語オノマトペの使用上の特徴とその中国語訳の特徴や問題点を明らかにすることである。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。

本研究ではファッション雑誌のオノマトペを社会言語学的に観察する調査を2つ行った。1つ目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調査、2つ目は男女差を見る調査である。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（今回は料理雑誌を比較対象とした）におけるオノマトペとのジャンル比較の調査も1つ実施した。さらに、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にどのような特徴や問題点があるのかを明らかにするために4つ目の翻訳調査を行った。

1つ目と2つ目の調査の結果、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オノマトペの使用を好んで用いている。一方、女性アダルト誌と女性ヤング誌では、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る。年齢は関係していないと見られる。一方、女性ヤング誌にだけ出現したオノマトペの種類は女性アダルト誌より多い。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になった。さらに、細かく見ると、多用されるオノマトペは、男性誌と女性誌では異なるのに対して、女性ヤング誌と女性アダルト誌で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、多用されるオノマトペが異なると言え、年齢による異なりは見られなかった。ただし、多用される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を受ける。多用される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、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。また、年代差の相違については、具体例を挙げて説明した。例えば【ふわ】系のオノマトペについては、女性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、女性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。具体的には、年齢が上がることにより、一般に定着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に有意差が見られる結果が得られた。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ということである。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、そして情報を大量に詰め込もうとするといった傾向があるため、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選んで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、類似の雰囲気を作るために選ばれる異なる表現であるが、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が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、3つ目の調査である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として次の4点が見られた。

- ①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。
- ②感覚を重要視するファッション雑誌に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。
- ③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。
- ④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、4つ目の翻訳調査において、ファッション雑誌におけるオノマトペが中国語に翻訳される際は、形容詞と副詞になるケースが最も多く、次いで名詞、量詞となるケースもあり、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、誤訳や訳出を回避されるケースもあることがわかった。中国語翻訳の特徴は、次の5点にまとめられる。

- 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、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、意味の転換や意味を拡大解釈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。

また、オノマトペの中国語訳に見られた問題点としては、次の3点が挙げられる。

- 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。

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い。