

女性ファッション誌における形容詞の用法

孫 琦

1. はじめに

女性ファッション誌の表紙を飾ることばには、かなり違和感を覚えるようなことばや表現が多い。テレビコマーシャルと違って、音声や映像を介さないで読者に訴え、購買意欲を高めるために、奇抜さで読者の興味をひくような多様な表現が使用されているためであろう。女性ファッション誌における表紙の意義について、栗田(2007:214)は、「誌面全体を代表するアイコンとしての表紙が有する意義は極めて大きい。表紙コピーや、表紙モデルの有するインパクトは、ファッション誌そのものであるといっても過言ではない。」と述べている。また、女性誌の表紙のキャッチコピーは形式的な側面(文字の種類・字体・色彩など)と内容的側面(その単語・文の意味内容)の両レベルにおいて慎重に選択が行われ、広告のキャッチコピーとほとんど変わらない制作過程を経て、読者に発信されるものであることを、古田(2005:63)が指摘している。

本稿では、女性ファッション誌の表紙コピーの文面から抽出した用例をもとに、形容詞(形容動詞も含む)を中心とした表現に焦点を当て、その実態を探ってみたい。形容詞に注目したのは、それが一語で様態をより具体的に表現する修飾語として欠かせないものだからである。また、造語の観点から、和語形容詞による造語機能には限界があるため、それに替わる造語パターンとその特徴も明らかにしたいと考えた。特に女性ファッション誌はその他の雑誌に比べて、新しい造語が目立ち、しかも「大人可愛い」や「安かわ」のようにすでに定着している語もある。まずは、採取した実例に基づき、形容詞の表記の特徴、形容詞の終止・連体・連用の三つの用法をとりあげてその特徴を記述し、次に表紙コピーに用いられる新しい形容詞の造語パターンについて考察する。

2. 先行研究

雑誌のことばについての研究は、「広告の日本語」や「流行語」を取り上げたものが多い。土岐(2001)と岡本(2001)は、「広告」の視点から雑誌に使われる表現の特徴について分析している。土岐(2001:42)は、広告コピーにおける「1.リズムに関する特徴 2.意味の重層性 3.表現、発想の転換」を中心に論じている。また、岡本(2001:73)では、「広告に注目させるために、意外性を狙う、不安感を与える、意味を詮索したい気持ちを起こさせる」など、内容にさまざまな工夫が見られることを挙げている。今回の対象となる女性ファッション誌の誌面に掲載される見出しも、それがコピーのヘッドライン部分にあたると考えると、上記のような表現の特徴があるといえる。

雑誌広告の修飾語について言及したものに、具(2004)がある。具(2004:349)は、雑誌とテレビの広告文のことばの違いについて、以下の調査結果を挙げている。

「テレビCMは修飾語の使用回数が雑誌より低い。(中略)すなわち、テレビCMは短くて簡潔な表現が好まれ、雑誌は商品の品質をより実感的につたえるために形容詞や副詞のような要素が欠かせないという理由でこのような差が生じたものと思われる。」

つまり、ここでは、映像や音声に匹敵する、あるいはそれ以上に読者の直感に訴え、注目してもらうために形容詞を多用することがファッション誌に欠かせない表現法の一つであることが、テレビCMのことばとの比較において明らかにされている。

以上の分析を踏まえて、女性ファッション誌の表紙を対象に、そこに使われる形容詞の傾向をみてみることにする。

3. 資料

考察の対象は2008年～2011年の間に刊行された女性ファッション誌表紙の誌面とする。女性ファッション誌48種類を対象に、形容詞が使われる用例

153例を集めた。文中に使われる用例は雑誌名と年月号を明記した。なお、出版社情報は紙幅の関係で省略した。

4. 用例の考察

4.1 形容詞の表記について

女性向け商品における外来語の多用については、具(2004:350)が指摘しているが、外来語を用いる際の表記の違いにも特徴がある。以下の例(1)～(3)のように、外来語である形容詞を片仮名で表記する場合と、アルファベットで表記する場合が見られる。

- (1) NEWSな175足 美人な「秋靴」にチェンジ! 『ELLE (エル・ジャポン) 2008年4月号』
- (2) ニュースな男たちの告白 『MORE (モア) 2011年08月号』
- (3) 安かわで史上最高happyな夏休み宣言 『ピチレモン 2011年08月号』

英語の「news」や「happy」はそのままアルファベットで表記され、形容詞として用いられるため、「な」が後続する語形を成している。片仮名表記よりも新鮮さやモードなイメージをアピールする表現効果があるといえる。

和語や漢語の形容詞も表記が通常とは異なる場合がある。和語形容詞は次の例(4)～(7)のように、平仮名表記と漢字表記に並んで、片仮名表記もよく使われている。「かっこいい」の場合は、「カッコイイ」や「カッコいい」のように、片仮名表記することによって、ことばのもつイメージがより「かっこよく」、おしゃれな感じになる。

- (4) 時間がなくてもキレイでいたい 『VERY (ヴェリイ) 2011年08月号』
- (5) 最高のほめ言葉は「カッコイイ」! 『eclat(エクラ)2008年04月号』
- (6) 色っぽいけど、リッチ。かわいいけど、ズルカシコイ。 『BLENDA (ブレнда) 2011年08月号』

(7) ズルク、可愛く、夏パンツ 『HERS (ハーズ) 2009年07月号』

例(6)の「ズルカシコイ」は、前の外来語「リッチ」の片仮名表記に呼応して片仮名で表記されている。女性ファッション誌の表紙のことは読者に対してインパクトが求められるが、「～けど、～。～けど、～。」のような呼応する表現や表記などが多用され、リズム感を生じ、視覚的アクセントをつける効果を上げている。また、一般的に片仮名語は洗練された新しさやおしゃれなイメージを与えるため、和語や漢語の形容詞を片仮名で表記すると、もとの語の意味にそのようなイメージが付与され、「ずるかしかしい」や「ずるい」においても、マイナスなイメージがうすれる効果があるといえる。「わるい」を「ワルイ」と片仮名で表記する例も見られた。

4.2 形容詞の用法について

4.2.1 終止用法

形容詞が終止用法として使われる用例は、例(8)のように文末に用いられるものと、例(9)～(11)のように形容詞が「 」や“ ”付きでそのまま体言として使われるものがある。

(8)ベーシックこそ美しい 『ミセス 2010年10月号』

(9)これが、おしゃれの新スタンダード 「可愛い」でもちょっと「かっこいい」で今より素敵に！ 『BAILA (バイラ) 2008年07月号』

(10)“男前”も、どんどん“可愛い”へ参入中！ 『STORY(ストーリー)2010年03月号』

(11)35歳、本当の“大人かわいい”をあなたは知らない！ 『Domani (ドマーニ)2010年05月号』

形容詞に「 」や“ ”を付けて用いるときは、名詞の「かわいさ」や「かっこよさ」などの使い方と異なり、名詞の表す属性や性質という意味ではなく、「ちょっと」などの副詞で修飾される例も含めて、形容詞で表す様態の

意味に重点が置かれている。

4.2.2 連体用法

例(12)の「優しい黒」のように、あまり一般的ではない形容詞と名詞の組み合わせが使われているが、これは読者を表紙のことばに注目させ、意味を詮索したいという気持ちを起こさせるための工夫として考えられる。

例(13)の「甘い」は「ゆったりとした着こなしのファッションやスタイル」を言う際によく使われ、「甘い」は「かわいらしいデザインで、女の子らしい丸くて柔らかいイメージ」を表しており、今ではファッション用語としてこのような意味が定着して、広く使われている。

(12) 優しい「黒」が着たい！『marisol (マリソル) 2011年10月号』

(13) 私たちが本当に着たい 涼しくて甘い夏スタイル『MISS (ミス) 2011年08月号』

(14) 大人の女は「まろやかグレー」で知的に輝く！『Precious (プレシヤス) 2009年11月号』

また、形容動詞の語幹に名詞がそのまま後続して複合語を形成するものも見られる。たとえば、例(14)の「まろやかグレー」や「しなやかベージュ」などである。

4.2.3 連用用法

例(15)の「美しく働く」のような動詞述語を修飾する用法の例は少ない(4例のみ)。これは女性ファッション誌にかぎったことではなく、日本語の形容詞用法の特徴の一つである。形容詞が動詞を修飾する機能は、程度や様態をより詳しく限定するための働きがあるので、表紙のことばとしては説明調になって、直感に訴える機能が弱まるためだと考えられる。

それに対して、ほとんどの形容詞連用形の用例は、例(16)～(19)のように、文末に用いられて「～く！」連用形の表現が目立つ。

- (15) “美しく働く” 春の3大スタイル発表！『marisol (マリソル) 2008年05月号』
- (16) 肌で、メイクで、ヘアで！「いい」だけでなく「強く」！『美的 (BITEKI) 2008年04月号』
- (17) 本命3大パンツで(もっと) 大人可愛く！『In Red (イン レッド) 2011年08月号』
- (18) 日常着こそかっこよく！『ミセス2010年12月号』
- (19) 今どきおしゃれは安く、賢く！『non・no(ノンノ) 2011年06月号』

4.3 形容詞の造語パターンについて

4.3.1 形容動詞型

一般的に名詞として使われる語に「な」が後続して、形容動詞として名詞を修飾する用法がある。「漢語／和語名詞＋な」の造語パターンで、「美人な毎日コーデ」「美肌な先輩」「節電なカフェグッズ」「大人な表参道」などの例がある。そして「外来語名詞＋な」の造語パターンで、「ニュースな色」「モードなママ」「セレブな新大久保」「ジャケットな29days」などの例がある。さらに、『『きれいめ&リッチ』な1カ月』『『大人セクシーでエレガント』な1カ月コーディネート』のような用法も見られる。

形容詞に比べて、形容動詞としての造語機能が高いため、様々な分野において新しい語が作られている。女性ファッション誌においても、名詞では表せない様子や様態をより具体的に表現する修飾語として、名詞が形容動詞化して機能する。名詞の指す属性的意味から、「～ふうなおしゃれな」や「～ふうな身なり、行動パターン」といったような意味に転じて用いられる。

4.3.2 複合語型

複合語型には、名詞と形容詞で新しい複合語を形成する場合と、形容詞の省略形の組み合わせで新しい複合語を形成する場合がある。前者は例(20)(21)で、後者は例(22)である。

(20) 40代女子の大人可愛い宣言！『GLOW（グロウ）2011年08月号』

(21) 小柄さんこそ、かっこ可愛い服！『STORY（ストーリィ）2010年03月号』

(22) ウチら流！安かわスタイル『nicola（ニコラ）2011年08月号』

新しく造語された複合語の中に、次のように「大人～」がもっともよく見られる。

「大人キレイ」「大人かわいい」「大人セクシー」「大人カジュアル」

「大人Look！S（ルックス）」「大人パール」「大人ショートパンツ」

そして「安かわ」という新語も若い世代向けのファッション誌にはすでに定着しているようである。

5. 読者年齢層別にみる用語の特徴

女性ファッション誌の読者の年齢層は限定されているものが多く、社団法人日本雑誌協会の分類にしたがって、読書の年齢層別に女性ファッション誌の用語の特徴を考察する。

5.1 女性ファッション誌の読者年齢層による分類

社団法人日本雑誌協会ホームページ (<http://www.j-magazine.or.jp>) では、女性誌を次のように分類している。

女性誌の分類：

- | | |
|-------------|-------------|
| ①女性ティーンズ誌 | 10代 |
| ②女性ヤング誌 | 10代後半～20代前半 |
| ③女性ヤングアダルト誌 | 20代後半～30代前半 |
| ④女性ミドルエイジ誌 | 30代後半～40代 |
| ⑤女性シニア誌 | 50代 |

本稿では日本雑誌協会の5分類に基づき、以下のように3分類にし、それぞれ読者世代別のファッション誌のことばの傾向をみる。

- (1) 10代～20代前半：ティーンズ誌とヤング誌
- (2) 20代後半～40代：ヤングアダルト誌とミドルエイジ誌
- (3) 50代：シニア誌

5.2 各読者年代別にみる用語の特徴

5.2.1 ティーンズ誌とヤング誌の用語の特徴

その他の世代向けのファッション誌ではほとんど見られないような、奇抜で新しい造語が目立つ。特徴として、例(23)(24)のように話しことばが使われる場合や、例(25)(26)のように省略語が多用される傾向がある。「涼可愛(すずかわ)」はすでに定着している「安かわ」と同じ造語パターンで作り出された語であるが、まだこの世代のファッション誌にしか見られない新しい造語であるといえる。

(23) 真夏のおしゃれ可愛うーね!! 『ViVi (ヴィヴィ) 2011年08月号』

(24) すごいぞっ プチプラ服! 『SEDA (セダ) 2010年06月号』

(25) 神盛りっ! 安カワ天国 (パラダイス) 『SEVENTEEN (セブンティーン) 2011年08月号』

(26) 涼可愛 (すずかわ) ヘアアレンジパーフェクトBOOK 『non・no(ノンノ) 2011年09月号』

5.2.2 ヤングアダルト誌とミドルエイジ誌の用語の特徴

『with』や『MORE』に代表されるように、この世代向けの雑誌の種類がもっとも多く、全体の出版部数も多い(年に4回印刷部数を公表する日本雑誌協会の調べによる)。もっとも影響力を持つ女性ファッション誌であるといえる。前述の4.で挙げた特徴のすべてがほぼ見られる。

5.2.3 シニア誌の用語の特徴

読者層が50代以上のシニア誌では、ファッションに関してのことばや表現は流行している言い方を取り入れつつ、丁寧なことばを使用する傾向がある。

その他の各世代に共通して使われることばの例としては、例(27)(28)の「大人可愛い」や「カッコイイ」がある。20代向けのファッション誌にある「大人可愛い」という形容詞には、大人へのあこがれの意味合いが強いが、50代向けのファッション誌の「大人可愛い」は、どちらかという大人であるが可愛く見せようというニュアンスで使われる。例(29)は若い世代で一般的に使われている形容詞「ゆるい」の語幹に「っ」を加えた語形で、「ゆるっ」という語は「褒めことば」とであると解釈し、読者を若い世代のファッションやそのことばに近づけようと工夫されている。

(27) “大人可愛い” 秋メイク 『eclat (エクラ)2011年09月号』

(28) 最高のほめ言葉は「カッコイイ」 『eclat(エクラ)2008年04月号』

(29) 「ゆるっ」とは褒めことば! 『HERS (ハーズ) 2011年07月号』

この世代向けのファッション誌にしか見られない形容詞の使用例としては、例(30)(31)が挙げられる。「楽な」や「潔い」といったことばはあまり他の世代では見当たらない。また省略語はほとんど使われていないのも特徴的である。

(30) 気分を上げる「春バッグ」 きれいで楽な「春の靴」 『HERS(ハーズ)2011年03月号』

(31) 新しい50代は「潔い女」を目指す 『HERS (ハーズ)2010年09月号』

6. 終わりに

新しいことば、特に本稿で取り上げた新しい形容詞表現がファッション誌に出現する背景にあるのは、日々新しく変貌を遂げていくファッションに敏感な女性読者によって、ファッション誌が常に新しさを求められていることにあると思われる。他言語に比べて数が少ないといわれている日本語の形容詞は、より豊かで新鮮さを与える表現を創り出すために、外来語を借用したり、複合語や省略語を用いて新たに形容詞を造語したりするようになったと

思われる。また世代別に異なる形容詞使用の傾向も見られた。

さらに、語や表現だけではなく、文体から見ても女性ファッション誌は特徴的である。特に文末表現には以下のようなものが多くみられた。

～が必要です	～決定版！
～を即マネ！	～の最新基準
～を目指せ	～美人プラン
～もっと大人可愛く！	～計画始まる
～にチェンジ！	～の新定番
～をあなたは知らない！	～宣言

このような命令形、体言止めの多用と、「いかに今の自分を変えられるか」といったメッセージを打ち出した文末表現は、女性読者が自分で判断する力を抑制する効果をもたらすこともある。林（2002:58）は、「成人の規範を逸脱した未熟な性の構築、不満を抱く性の構築、不完全な性の構築、競争心・嫉妬心・欲望を持つ性の構築」という四つの側面から、ディスコースによって構築されるパワーの配置と関係について分析し、「幼稚、未熟、非論理的、あるいは無知というイメージを標示する言語表現は読者が書き手より劣勢に配置されていることを指標する。」と述べている。このように、女性雑誌を言語の面からだけでなく、ジェンダーとそれを支配するパワーとの関連に基づいて考察するという視点も加え、女性ファッション誌のことが若い女性たちにどのような影響を与えているかについて、今後も研究を続けていきたいと考えている。

参考文献

- 植上則夫(1993)『広告コピー概論』宣伝会議新社
井上輝子・女性雑誌研究会(1989)『女性雑誌を解読する』垣内出版
岡本真一郎(2001)「広告の説得効果と誤誘導効果」『日本語学』20(2)pp. 72-81 明治書院

- 具軟和(2004)「雑誌とテレビの広告文に関する一考察—広告文の構成と語彙に注目して」
『人間文化論叢』7 pp. 345-356 お茶の水女子大学大学院人間文化研究科
- 栗田宣義(2007)「モードからストリートへ—『non-no』における表紙アイコン変遷に係る
ブール代数分析試論—」『ソシオロジスト』9pp. 213-239 武蔵大学社会学部
- 土岐留美江(2001)「キャッチコピーと短型詩」『日本語学』20(2) pp. 40-51 明治書院
- 林礼子(2002)「雑誌との対話—女性雑誌のなかで構築する『私』のアイデンティティ」
『言語』31(2) pp. 56-61 大修館書店
- 古田香織(2005)「女性誌における2重の広告機能—カタログ化ページと‘イメージ’広告
—」『メデヴィアと文化』創刊号pp. 61-76 名古屋大学国際言語文化研究科
- 諸橋泰樹(1996)『雑誌文化の中の女性学』明石書店

(そん き・早稲田大学)