

若者ファッション雑誌に見る男女の文体差

中里 理子

はじめに

女性雑誌の文体については、井上輝子＋女性雑誌研究会(1989)、泉子・メイナード(1997)、中村桃子(2001、2007)をはじめ、主にジェンダー論の立場から多くの研究がなされている。本稿では、雑誌の文体が時代とともに変化していることをふまえ、若者向け女性ファッション雑誌が次々に新しい表現を取り入れているという現象に焦点を当て、男性ファッション雑誌との表現の違いを見ていく。

今回は語彙を中心に、派生語・複合語、文字表記、評価語という3つの観点から女性雑誌と男性雑誌の特徴をまとめ、最後に、それぞれの雑誌の文章が創刊から現在まで変化してきたことについて、簡単に見ていきたい。調査対象は、従来の研究で取り上げられている雑誌で、70～80年代に発刊された歴史のあるものという点から以下の6雑誌とした¹⁾。

女性雑誌：『nonno』『JJ』『CanCam』

男性雑誌：『MEN'S NONNO』

『POPEYE』『MEN'S CLUB』

1. 派生語・複合語

1.1 派生語

2008年の雑誌を対象に²⁾「感」「的」「度」を接辞とする派生語を調査し、語基を和語・漢語・外来語という語種によって整

理した。「～感」はどちらの雑誌にも多用されており、現代の若者語の傾向を観察するのにふさわしい語であると思われる。また、「～的」は男性雑誌に、「～度」は女性雑誌に多く見られた語であり、それぞれの雑誌に見る語彙の特徴がよく現れている。これらの派生語の語基に共通するのは、女性雑誌は和語が多く、男性雑誌は漢語が多いという点である。以下に語基分類と具体例を挙げる。

【～感】

「おしゃれ感」「清潔感」「ボリューム感」のように、語基を和語・漢語・外来語に分類して異なり語数で数えた表と、それぞれの雑誌の具体例を挙げる。

◆女性雑誌の語基

	和語	漢語	外来語	計
non	24	14	14	52
JJ	20	10	22	52
Can	27	12	20	59

◆男性雑誌の語基

	和語	漢語	外来語	計
M,N	13	12	20	45
POP	7	9	15	31
M,C	10	23	17	50

◇「～感」語基の例(nonno)

奥行き おしゃれ 落ち きちんと 着ぶくれ キリリ きれいめ 今年 ざっくり 締め付け 透け すっきり 素肌 ツヤ 抜け 肌見せ ピチピチ ふっくら ふんわり フンワリ まとまり むっちり

メリハリ やりすぎ
安定 一体 季節 空気 血色 嫌悪 光沢 質 清潔 素材 存在 統一 透明 立体
エアリー オーバーサイズ カジュアル トレンド パール フィット フェミニ ン ボリューム モード ラメ リゾート リッチ レトロ MIX

POP	1	26	2	29
M,C	3	33	7	43

◇「～的」語基の例(nonno)

男の子
圧倒 印象 活動 基本 曲線 健康 効 果 攻撃 個性 男子 批判 魅力 立体 (外来語なし)

◇「～感」語基の例(MEN'S NONNO)

今ドキ おそろい 生地 きれいめ ク タッと シワ 透け ツヤ 張り ハリ フワフワ ボサボサ ムラ
季節 空気 高級 光沢 質 重量 清 潔 素材 存在 中古 統一 立体
ウエット カジュアル コンパクト サイズ ストリート ニューウエーブ フィット フォーマル フューチャー ホールド ポップ ボリューム ミック ス モード ユーズド ライト リゾート リラックス ルーズ ワーク

◇「～的」語基の例(MEN'S NONNO)

ルールに則りつつぶざけたり反抗する、 圧倒 印象 絵画 革新 機能 近未来 継続 現代 効果 極私 個人 個性 古 典 刺激 主役 象徴 職人 前衛 全世 界 全体 直線 直感 定番 徹底 典型 都会 特徴 日常 熱的 比較 部分 普 遍 本格 魅力 アメカジ アメラグ カット メンズビギ
--

女性雑誌より男性雑誌の頁数のほうが少ないにもかかわらず、派生語「～的」は男性雑誌に圧倒的に多く見られる。語基の例に見るように、男性雑誌は説明や描写を行う際に使われる硬い印象の漢語が並んでいる。男性雑誌の文章が説明的な語り口になっていることが、語彙の面からも窺われる。

【～度】

◆女性雑誌の語基

	和語	漢語	外来語	計
non	8	6	7	21
JJ	7	6	3	16
Can	15	5	3	23

◆男性雑誌の語基

	和語	漢語	外来語	計
M,N	1	5	0	6
POP	3	2	5	10
M,C	1	6	5	12

「～感」は、特に女性雑誌に和語が多く使われており、日常的な語によって身近な感覚を自由に表している様が窺える。外来語の語基はどちらにも多く見られるが、女性雑誌は「パール感」「フィット感」「フェミニン感」など、男性雑誌は「ストリート感」「ユーズド感」「ルーズ感」「ワーク感」など、ファッションの傾向の違いが外来語の語彙に現れている。

【～的】

◆女性雑誌の語基

	和語	漢語	外来語	計
non	1	13	0	14
JJ	2	9	1	12
Can	4	11	2	17

◆男性雑誌の語基

	和語	漢語	外来語	計
M,N	1	34	4	39

◇「～度」語基の例(nonno)

おしゃれ 女 オンナ 女の子 使い回し 使える はき回し モテ
好感 旬 鮮 注目 美脚 美人
ガーリー カジュアル クール フェミ フェミニン フォークロア ラブ

◇「～度」語基の例(POPEYE)

着まわし 使いまわし 目立ち
完成 注目
アピール エlegance クリーン デザイン ラグジュアリー

「～度」はファッションの評価を「～度が高い／あがる」等と表現するもので、若者語との関連も窺われる。女性雑誌を特徴付ける語の一つであると言える。

以上、3種類の派生語を見てきたが、男性雑誌は全体に漢語が多く、また説明等に使う「～的」という語が多いことから、文章全体がより書き言葉らしい印象となっていることにつながっている。女性雑誌は身近な和語が多く用いられており、文章全体が身近な感覚を生かした、より話し言葉らしい印象になっていることにつながっている。

1.2 複合語

女性雑誌の複合語は、修飾語を複数重ねてさらに短縮する「複合語短縮」の形態が多く見られる。例えば、「透け揺れ柄ワンピース」(nonno)は「透ける＋揺れる＋柄の＋ワンピース」、「白ひらミニ」(JJ)は「白い＋ひらひらした＋ミニスカート」、「春旬カッコカワ」(CanCam)は「春の＋旬の＋カッコイイ＋カワイイ」の複合語短縮であるが、短縮して語をいくつも重ねることにより、一つの単語で多くの情報を伝えることができる。また女性雑誌

は、アイテムなどの種類を表すときに修飾語を重ねて表現する傾向がある。

例：ワンピースの種類(nonno)

透け揺れ柄ワンピース／さら甘ワンピース／ガーリーニットワンピース／スエット辛口ワンピース／ハンサムワンピース／決め買いワンピース／ふんわりワンピース

例：かわいさの種類(JJ)

派手可愛い／スポ可愛い／カッコ可愛い／プチ可愛い／激可愛ネイル／大人カワイク

このような複合語は男性雑誌にはほとんど見られない。男性雑誌では、種類を表す場合には次のように示される。

例：レザージャケットの種類(POPEYE)

シンプル黒レザー／ワイルドレザー／ラグジュアリーなホワイトレザー／フード付きのハンチングレザー／優しいトーンで着るフーデッドレザー

「シンプル黒レザー」は、女性雑誌に見られるような複数の修飾語を重ねた例だが、それ以外の例は単純な複合語に説明を加えた形になっている。これら男性雑誌の例と比較すると、女性雑誌の方が、自在に語を重ねてさまざまな複合語を生み出していると言える。

2. 文字表記

2.1 カタカナ表記と英語表記

一般の文章ではカタカナは主に外来語に使われるが、どちらの雑誌にも、和語や漢字熟語にカタカナ表記をする例が多く見られた。いくつか例を示す。

例：和語の場合

女のコ／オトナ／オトコ／コレ／ハギ

レ／ハデ／目ヂカラ／ヌメ感／柄モノ／
／オススメ／ナルホド／キレイ／ウレ
シイ／ユルめ／ハマる／キマる／デキ
る／ハズす／～がツボ／～がキモ

例：熟語の場合(部分的表記を含む)

イチモク置く／オシャレ／完ペキ／キ
ホン／ダントツ

例に見るように、名詞、形容詞、動詞
など、さまざまな語がカタカナ表記され
ており、これによって新しい語感が感じ
られる。

女性雑誌はさらに、従来カタカナ表記
していた外来語を、次のように英語表記
する例が多く見られた。

例：カタカナ語の英語表記

春一番 HOT なタイプ(nonno)

カラフルなトップスで街へ GO(nonno)

STAR ガールになれちゃうかも(JJ)

同級生の注目も GET したい(JJ)

CHECK しなきゃ！(CanCam)

爆発的大 HIT！(CanCam)

これらの例は、従来通りに「ホットな」
「ゴージャス」「スターガール」「ゲット」「チェッ
ク」「大ヒット」とカタカナ表記すると、
使い古された語というイメージになる
が、英語表記することで新鮮さが加わっ
ている。文字表記を見ると、女性雑誌の
場合は特に、和語や漢字熟語をカタカナ
表記に、カタカナ表記されていた外来語
を英語表記にすることで、それぞれの語
に新しい語感が生み出されていると言え
るだろう。

2.2 英語表記と記号の使用

男性雑誌に比べ、女性雑誌には以下の

ような様々な記号と豊富な英語表記、英
語表現が見られる。

例：ミリタリージャケット×ロゴTでア
ウトドアガール♪(nonno)

例：スエードのベストを ON すればお
しゃれセンスもグレードアップ↑(JJ)

例：ヌケ感 MIX で目ヂカラ UP のうるう
るアイ(JJ)

例：ガールズの♥をつかむ colorful パス
テル×アンティークビジュウ(JJ)

例：ピンクレイヤードで盛り²HAPPY
に！(CanCam)

例：色合いも so lovely ♥ なんです
(CanCam)

例：“持ってるだけでアガる² [商品
名]、GET しなきゃソン!!(CanCam)

他にも多くの記号類(☆・★・♡)、顔
文字(☺)、語としての働きを持つもの
(「相性も◎」「not 大花柄 but 小花柄」)
など、表記の工夫が数多く見られた。これ
に対し、男性雑誌では記号や英語表記は
非常に少なく、使用されているものも
「◎」「○」「+」「UP」「MIX」など、女性雑
誌で既に使用されている範囲に留まっ
ている。

女性雑誌は、記号使いや英語表記の点
で男性雑誌に先んじていることがわか
る。女性雑誌は新しい記号や表記をいち
早く取り入れ、表記の工夫によって表現
に新鮮さと躍動感を与えていると言え
よう。

3. 評価語

女性雑誌 3 種、男性雑誌 3 種から、女
性性・男性性に結びつく評価語を抽出し、
使用例が 1 冊に 3 例以上見られた語を表

にまとめた³⁾。表中、「//」以下には、従来は異性に対する評価に使われた語、または異性を連想させる語を挙げた。()内は少数例だった語、()に入れなかった語は使用例が多かったものである。

◆女性雑誌の評価語

1971	キュート チャーミング ロマンチック
1976	エレガント 女らしい かわいい 上品 ドレッシェー 優しい
1981	愛らしい エレガント 女らしい 女のこらしさ 上品 かわいらしい 優しい // (洗い)(ボーイッシュ)
1986	エレガント お嬢さんらしい 女っぽい 女らしい 女の子らしい かわいい かわゆい きちんと キュート 上品 素敵 華やか ロマンチック //シャープ (少年風) (マニッシュ)(メンズっぽい)
1991	エレガント お嬢さん 女らしい 女の子っぽい 女のこらしい かわいい きちんと キュート 上品 華やか 優しい やわらか // カッコイイ ボーイッシュ (マニッシュ)(メンズ感覚)
1996	エレガント 女らしい 女のこらしい かわいい かわいらしさ きちんと キュート 上品 セクシー 優しい // (男の子っぽい) カッコいい クール シャープ
2001	お嬢さん お茶目 女っぽい 女らしい 女の子っぽい 女の子らしい ガーリー ガーリッシュ かわいい 可愛らしい きちんと キュート ゴージャス 上品 セクシー チャーミング ラブリー レディ // カッコいい クール (ボーイッシュ) (ボーイズテイスト) (ボーイズ風)

2010	イイ女 エレガント 女っぽい 女らしい 女の子らしい 可愛い ガーリー 上品 キュート スイート 華やか フェミニン レディ // (エッジイナ) カッコいい クール (メンズライク)
------	--

◆男性雑誌の評価語

1971	カッコいい
1976	男っぽい スマート
1981	粋 男の (洗い)
1986	粋 男の 洗い (少年っぽい) (ワイルドな男っぽさ) // エレガント かわいい (かわいらしさ) (チャーミング) 優しい
1991	(お坊ちゃま風) カッコイイ (少年っぽい) (ワイルド) // エレガント かわいい (キュート) (ドレッシェー)
1996	男っぽい かつこいい シャープ // (甘い) エレガンス かわいい 上品 品よく
2001	粋に 男 男っぽい カッコイイ クール タフ // エレガンス 上品 (艶っぽさ) (ドレッシェー) (優雅な気品)
2010	(エッジのきいた) 男っぽい (男心) (男前) 男らしい クール ハンサム 武骨 やんちゃ // (色っぽく) エレガント かわいい (きれい) (三面美人な) 上品 (セクシー) 艶 ドレッシェー フェミニン (美シルエット) 品よく

これらの評価語を、a)女性性・男性性そのものを表す語、b)女性性・男性性と強く結びつく語、c)どちらかというど女性性・男性性を連想させる語、の3段階に分けて考えた。以下、雑誌に見られた語を挙げる。(___線部は、主に異性側の雑誌に見られた語。)

◇女性性に結びつく評価語◇

- a) 女らしい・女っぽい・女の子らしい・女の子っぽい・お嬢さんらしい・フェミニン・レディな・ガーリー・ガーリッシュ
- b) 愛らしい・お茶目・カワイイ・かわいらしい・キュート・スイート・セクシー・チャーミング・ラブリー
- c) エレガント・上品・ドレスリー・品よく・優しい

◇男性性に結びつく評価語◇

- a) 男らしい・男っぽい・男前・お坊ちゃま風・少年風・少年っぽい・ボーイッシュ・ボーイズ風・マニッシュ・メンズっぽい・メンズライク・メンズ感覚
- b) 渋い・タフ・ハンサム・武骨・ワイルド
- c) カッコいい・クール・シャープ・スマート

女性雑誌を見ると、「女らしい・女っぽい・女の子らしい・女の子っぽい」といった女性性そのものを表す語 (a) が、創刊期から現在まで多用されている。また、2001 年以降は「ガーリー・ガーリッシュ・レディ」など、女性性そのものを表す新たな語を次々と取り入れ、これらも多用している。女性雑誌は、「女性性」を表す語の種類も多く、「女性性」を強く打ち出していることがわかる。これに対して男性雑誌は、「男らしい・男っぽい」といった男性性そのものを表す語 (a) の種類は少なく、頻度を見ても女性雑誌よりかなり低くなっていた。

異性をイメージさせる評価語を見ると、女性雑誌には早くから男性性そのもの

を表す語 (a) が見られ、その種類は男性雑誌に見られる語よりも多い。男性性と強く結びつく語 (b) はほとんど見られなかったが、男性性を感じさせる語 (c) は早くから見られた。男性雑誌の場合は、女性性と強く結びつく語 (b)、女性性を連想させる語 (c) は、1986 年から見られるが、女性雑誌に比べて種類や数は少ない。また、女性そのものを表す語 (a) は 2010 年の雑誌には見られるが、1971 年から 2001 年までは見られなかった。男性雑誌は、男性性をあまり打ち出すこともなかったが、それ以上に女性性を評価語としてほとんど用いてこなかったことが窺える。最近になって、男性雑誌に女性性そのものを表す語が見られるのは、男性のスカートファッションなど、近年の男性と女性のファッションがボーダーレスになっていることも要因の一つであろう。女性のファッションは古くから男性ファッションの要素を取り入れているためか、男性性を表す語が多く見られ、ファッションにおいて、男性性を評価する尺度を早くから取り入れていたと言えるだろう。

4. 語り方の変化

各雑誌とも、創刊号から現在までの 30～40 年の間に文体がさまざまに変化している。例を挙げて、変化の傾向を簡単に見ていきたい。

女性雑誌の場合は 3 雑誌ともほぼ同様の変化をしていた。ここでは『nonno』を取り上げる⁴⁾。

例：『nonno』

[1971]夏のボーナスのおしゃれ計画は

ノンノが引き受けました。この特集を参考に、こんどはあなたが作戦を練る番です。

[1976]女の子が素直に女らしくなれる、それがスカートです。

[1981]去年まではタイトスカート一枚にトップを替えるだけで、ナウな着方ができたけれど、今年はそれじゃもうダメ。なんとこれからはボトムが主役の時代なのです！

[1986]黒と白、紺と白という、単純な配色で作られたシャツがすごい人気よ！ストライプの幅は細めから太めまでさまざま。ストライプ on ストライプ、ストライプ on 水玉で決めてね。

[1991]この素材ならでは、さまざまな形と色使いがホントに楽しい。大人っぽいものか、逆にカラフルでキッチュなノリのバッグか、着こなしのポイントになるぞ。

[1996]彼女たちの私服姿でも、ツインニットは大人気だが、まるで魔法の布のように、自在に表情を変えて、ラフに着崩している。

[2001]MIX カジュアル派も、ちょこっとレディ派も、この7着のワードローブ作戦で夏までのりきれ！

[2010]冬服コーデも毎日行き詰まりがち！どうしたらコーデローテーションのバリエを増やせるかを研究しなきゃ！（略）春物を1点投入したり、マンネリ打破作戦を開始！

『nonno』を例に見ると、1971年の創刊当初は「です・ます」調の丁寧な語り口であったが、1986年には、終助詞「ね」「よ」などを多用した常体の親しげな会話

調になっていることがわかる。1996年には、「だ」「ている」などの文末になり、男性雑誌の文章のような、書き言葉を思わせる断定的な語り口になっている。2010年現在は、1986年に見られた不自然な終助詞は見られないが、再び親しげに語りかける口調になっている。他の2誌も同様の傾向であった。

男性雑誌の場合は、『MEN'S NONNO』『POPEYE』がほぼ同様の傾向を示したが、『MEN'S CLUB』はそれとは異なる変化を見せていたので、『POPEYE』⁵⁾と『MEN'S CLUB』⁶⁾とそれぞれの例を10年おきに示す。

例：『POPEYE』

[1976]早く一人前のボーダーになりたい人なら、まずどこへ行くにもボードを持っていくべきだ。（略）思わぬポイントがあるかもしれないぞ。何事も日頃からの心がけが大切なんだな。

[1986]スポーツマンって、それだけでも軽くモテル。でも、案外おしゃれに無関心ってコが多いよね。そこで（略）もっとモテたい彼らをおしゃれに変身！！見てくれ！大成功だぞ。

[1996]何気に来ていた古着や定番ウエア。この「普段着」っていうヤツは、実は決して侮れない服なのだ。夜中にコンビニへ行くときも（略）気取っていないからこそ本当のキミが出る。

[2001]最近のファッション特集は、「史上最強モード作戦」を決行。超人気スタイリストがこの春夏の“2001リアル・スタイリング”を、ひたすらカッコよく見せてくれた。

[2010]アウトドア特有の素材感や切り

替え、鮮やかな発色など、着こなしを新しく見せてくれるアイテムが盛りだくさん。(略)これまで見たこともないスタイルを見逃すな。

『POPEYE』を例に見ると、1976年の創刊時や1986年は、終助詞を多用した親しげで軽い調子の会話調であったが、1996年、2001年には動詞の終止形や「なのだ」「～た」といった文末が目立つ、書き言葉的で断定的な語り口になっている。2010年には、書き言葉的な要素が薄れ、親しみを込めた語りかける調子になっている。『MEN'S NONNO』も、多少の年代のずれはあるが、変化の傾向は同様であった。次に『MEN'S CLUB』の例を見てみたい

例：『MEN'S CLUB』

[1971]スライダーと並んでこのファーマー・ルックのポイントとなるのが、フォーク調のヴェストです。(略)シャツにスエード・スキンのヴェストを重ねています。

[1981]80年はトラッド全盛の年だったが、この傾向は当分のあいだ続きそうだ。シンプルでベーシックな服をいかに巧みに着るか、という点が大切なポイントになるだろう。

[1991]ダブルブレストのジャケットであつても上質の素材と完璧に計算つくされたシルエットが自然に身体を包んでくれる。(略)そしてシックなモダン・クラシックを演出してくれる。

[2001]今、カジュアルシーン全体は、“上品な”方向へ向かっている。(略)“着崩し”の方向へ向いたベクトルはピー

クに達し、きちんと着こなす方向へ再び向きなおってきている。

[2010]一見、派手に見えますが、ブラッシングによる色落ちでこなれ感を演出し、「これならはいてみたい!」と思わせるサジ加減が絶妙です。

『MEN'S CLUB』の場合は、1971年には当時の女性雑誌と同じような「です・ます」調の丁寧な語り口であったが、1981年には、常体の書き言葉的な語り口になり、2001年にもその傾向が見られるが、2010年現在は、再び「です・ます」調の丁寧な語りかけになっている。70年代に比べて、軽い調子で饒舌な語り口になっているが、説明的である点では他の二誌と同様である。

2010年現在のそれぞれの雑誌の文体を見ると、女性雑誌は、親しげな話し言葉で若者らしさが感じられることから、身近なファッションマスター(同性)のアドバイスという印象、男性雑誌は、素材や機能の詳細な説明が、主に書き言葉らしい漢語で語られていることから、蘊蓄君(同性)の説明、という印象である。書き言葉の要素が大きい男性雑誌に対して、女性雑誌はより自然な会話調に近づいており、流行語・若者語を取り入れやすくなっていると言えるだろう。

5. まとめ

語彙を中心にそれぞれの雑誌の文体的特徴を見てきた。女性雑誌は、豊富な造語、カタカナの多用、さまざまな記号や英語表記の多用などの点で、表現の自由度が高く、男性雑誌に先んじて様々な要素を取り込み、表現の工夫をしている。

また、身近な和語の語感を生かした感覚的表現や若者語が多く、より話し言葉らしい文体になっている。男性雑誌は派生語を初めとして漢語が多く見られ、書き言葉の要素がより大きく、語り口も説明的な調子の文体になっている。時代とともに、評価語として女性性を表す語も見られるようになり、記号などの表現面でも新しい要素を取り入れる傾向にあることから、表現面でも女性雑誌に近づいていく傾向にあるのではないかと。

総じて、女性雑誌のほうが、語彙や記号など様々な面で新しい表現を開拓し、時代とともにより柔軟に変化し続けている様相が見られた。

おわりに

近年、電子メディアの発達に伴い、紙媒体(雑誌)離れの傾向にあるという。その煽りを受けて多くの雑誌が休刊・廃刊に追い込まれているが、ファッション雑誌もその例に漏れない。雑誌の生き残り戦略の一つとして、女性雑誌では付録(ポーチやミラー、トートバッグ等)の添付が盛んに行われているが、最近は男性雑誌にも見られるようになった。この現象も、男性雑誌が女性雑誌に近づく傾向にあることを示しているように見える。雑誌の内容に関しても、2001年以降の男性雑誌には、化粧品等の美容関連記事やスイーツ等を取り上げる頁があり、女性雑誌への接近が窺われる。言い換えれば、女性雑誌のほうが時代の変化と流行に敏感であり、新しいものを積極的に取り入れる姿勢を持っていることにもなるだろう。

また、今回の調査を終えて、ファッショ

ン雑誌の語彙を対象に男女の語彙の違いとその移り変わりを見ることの有効性を実感した。例えば漢語の派生語は、数年前までは「～系」が流行っていたが、2010年の女性雑誌にはほとんど見られなかった。女性雑誌に多く見られたのは、ここで見た「～感」「～度」の他、「～力」である。一方、2010年の男性雑誌には「～系」がいくつか見られ、その他多かった語は「～感」「～的」と「～性」であった。女性雑誌と男性雑誌とで語彙の違いが見られる点、ファッションと同様にファッションに関係する語彙にも流行が見られる点で、ファッション雑誌を対象に語彙の男女差や移り変わりを調査する意義は大きいと思われる。

注

- 1) 『nonno』(集英社)『MEN'S CLUB』(アシェット婦人画報社)は1971年から5年毎に1976、1981、1986、1991、1996、2001年までの2～3月号、2008、2010年の2～3月号(年間1冊)を対象とした(『nonno』の1971年は夏の創刊号とした)。同様に『JJ』(光文社)、『POPEYE』(マガジンハウス社)は1976年の創刊以降、『CanCam』(小学館)は1982年の創刊以降、『MEN'S NONNO』は1986年の創刊以降、『nonno』と同年次を対象とした。『POPEYE』はファッションに限定しない情報誌としての性格が強かったが、今回の調査ではファッションの特集をしている号を選んだ。なお、2008年、2010年には他のファッション雑誌と同様の誌面になっている。
- 2) 『nonno』(表はnon)は219頁、『JJ』

は 387 頁、『CanCam』（表は Can）は 518 頁、『MEN'S NONNO』（表は M,N）は 267 頁、『POPEYE』（表は POP）は 191 頁、『MEN'S CLUB』（表は M,C）は 207 頁である。

- 3) 1981 年女性雑誌のうち『CanCam』は 1982 年創刊のものを対象とした。また、現代の傾向を見るために 2010 年の各雑誌は 3 例以下の語も取り上げ、() 内に示した。
- 4) 雑誌は、見出し、小見出し、キャプション等によって、語彙や文体が多少異なる場合がある。ここでは、特集記事の見出し、見出しに付けられる解説の文章、その他の頁にある見出し、見出しに次ぐ文章を対象とした。個々の写真に付けられる細かい字のキャプションは取り上げなかった。他の雑誌も同様である。ただし、1 項「派生語・複合語」2 項「文字表記」は全ての記事を対象として抽出した。
- 5) 『POPEYE』は創刊時、情報誌としての性格も強かったため、『MEN'S NONNO』を例に挙げるほうが適切ではあるが、前者は 1976 年創刊、後者は 1986 年創刊であったため、より歴史のある『POPEYE』を例に挙げた。
- 6) 『MEN'S CLUB』は 6 誌の中で最も早く 1954 年に『婦人画報増刊 男の装飾讀本』として創刊され、1956 年の第 6 集から『MEN'S CLUB』と題された。対象年齢が他の雑誌より多少高く設定されており、文体の傾向はやや異なるが、今回は派生語や文字表記・記号などの点では他の男性雑誌とほぼ同様の傾向であったため、取り上げた。

主要参考文献

- 天野正子他 (2009) 『新編日本のフェミニズム 7 表現とメディア』岩波書店
井上輝子+女性雑誌研究会 (1989) 『女性雑誌を解説する』垣内出版
遠藤織枝編 (2001) 『女とことば』明石書店
小林美恵子 (1993) 「世代と女性語—若い世代のことばの「中性化」について—」『日本語学』12 巻 6 号 (明治書院)
鈴木睦 (1993) 「女性語の本質—丁寧さ、発話行為の視点から—」『日本語学』12 巻 6 号 (明治書院)
泉子・K・メイナード (1997) 『談話分析の可能性』くろしお出版
高井昌史・谷本志穂編 (2009) 『メディア文化を社会学する 歴史・ジェンダー・ナショナルリティ』世界思想社
中村桃子 (2001) 『ことばとジェンダー』勁草書房
中村桃子 (2007) 『〈性〉と日本語 ことばがつくる女と男』日本放送出版会 (NHK ブックス)
日本語ジェンダー学会 (2006) 『日本語とジェンダー』ひつじ書房

付記

学会シンポジウムでは、多くの先生方から貴重なご質問・ご意見・ご助言を賜りました。心から感謝申し上げます。

(上越教育大学)