

辞書の代替物をめぐる一考察

—ファッション雑誌記事の外来語を用いた予備調査—

Searching for Alternative Dictionaries for Students:
A Pilot Study Using Loanwords in Fashion Magazine Articles

OTSUKA, Misa

大塚みさ

日本語コミュニケーション学科教授

抄録：

近年、媒体を問わず国語辞書の売れ行きは低迷傾向にある。筆者による調査結果では、大学生は辞書の代わりにスマートフォンを使用する傾向が見えるが、辞書アプリに代わってサーチエンジンやハッシュタグ検索が多く行われつつある。こうした状況下で、意味の分からない語への対処の実態を把握するにはどうしたらよいだろうか。その方法を探る目的でファッション雑誌記事における外来語を用いて行った予備調査の結果を報告する。

Abstract：

Statistics clearly show that the number of paper and pocket monolingual electronic dictionaries published for Japanese native speakers is steadily declining. Surveys conducted by the author suggest that students have turned to smartphones as an alternative. However, fewer students seem to be using a dictionary app; instead, they use search engines or hashtag searches. Can the present state of students' reference practice—that is, how they look up the meanings of unknown words—be adequately captured? This paper reports a pilot study seeking insight into this issue by examining students' searches for definitions of loanwords in fashion magazine articles.

キーワード：日本語力、語彙力、外来語、辞書、オンライン辞書、スマートフォン

Keywords : language proficiency, vocabulary, loanwords, dictionary, online-dictionary, smartphone

1. はじめに

日本語力の低下が叫ばれて久しいが、その改善に不可欠とされる語彙力の増強に有用な辞書については、その媒体を問わず漸減傾向にある¹⁾。筆者が2002年より実施する調査でも冊子体辞書そして電子辞書の使用頻度が回を追うごとに低下し、スマートフォン等の携帯端末に取って代わられるのを観察しており、今後の調査をいかに継続するべきかを千思万考している。

ところで、現代の学生世代が意味を調べるといふ行為の場面、方法そして意識はどのようなものだろうか。初めて見る意味の分からない語や意味理解が不十分な語にどのように対処しているのだろうか。

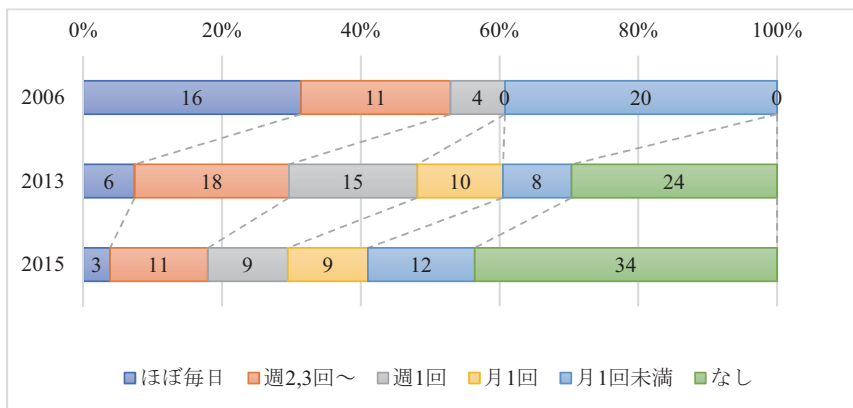
本稿は今後の調査の方向性を探究するための予備調査的研究として、学生世代が意味をよく知らない語に出会う場面での対処方法について考察を行う。

2. 過去の調査と今回の調査概要

2.1 過去の調査

筆者は2002年より学生の辞書利用に関する意識調査を定期的に行い、携帯型電子辞書や携帯電話の影響を考察してきた。図2.1-1に示すように、冊子体辞書はもとより携帯型電子辞書についても、2006年から2015年の約10年間で使用率が激減している。

図 2.1-1 携帯型電子辞書の利用実態調査 (大塚 2016)



大塚 (2014, 2016) では冊子体辞書、電子辞書とは別に、スマートフォン・タブレット等の「モバイル」で使用する辞書のうち最もよく使うものを答えさせている。図2.1-2に見えるように、わずか2年間でネットにアクセスして使う辞書の使用率が20pt程度増加している。従来型携帯電話からスマートフォンへの乗り換えの影響によると思われるプリインストール辞書の使用率減少のほか、辞書アプリの使用も減少している。

図 2.1-2 モバイルで用いる辞書の詳細 (大塚 2016)

質 問 項 目	2013	2015
プリインストール辞書	14 (23.0%)	7 (9.0%)
ネットにアクセスして使う辞書	33 (54.1%)	58 (74.4%)
自分でダウンロードした辞書アプリ (無料)	14 (23.0%)	13 (16.7%)
自分でダウンロードした辞書アプリ (有料)		0 (0.0%)
その他	0 (0.0%)	0 (0.0%)
計	61 (100.0%)	78 (100.0%)

大塚 (2018) は意味の分からない外来語に遭遇したときの対処について意識調査を行い、スマートフォンやタブレット等のモバイル端末を用いる者が全体の 96.2% に上ること、また辞書アプリを使用する者は 10% 程度であり検索エンジンを使用する者が 85% を超えることを確認している。

このような状況下では「辞書」の使用を前面に出して意識調査や実態調査を行うことの意義は薄れつつあり、今後同様の調査を継続する当たってはその方法を慎重に検討する必要があるだろう。

2.2 調査概要

上記を受けて、本稿では今後の調査方法を探究するための予備調査的研究として学生世代が外来語に遭遇する場面を設定した上で調査を行い、認知度や理解度ならびに初めて見る語や意味理解が不十分な語への対処を考察する。さらに調査結果を授業で公開し、学生たちの反応も確認してみることとする。

調査においては、最近のファッション雑誌記事に出現する外来語数語を取り上げて対象とする。結果を授業で使用する、及び本稿にまとめることを説明した上で「承諾可能」と回答した学生のみを対象として、外来語をテーマとする授業の中でアンケート調査を実施した。回答者は当日の出席者 45 名中 43 名である。

アンケートの概要を以下に示す。

- Q1 ファッション雑誌記事の抜粋を示し、外来語の認知度・理解度を尋ねる
- Q2・Q3 記事に掲載された写真を示し、認識との一致度を問う
- Q4 認知度・理解度のレベルごとに、その語についての対処方法を問う
- Q5 サーチエンジンでの検索結果を示し、閲覧するかどうかとその理由を尋ねる

調査には若干趣向の異なる雑誌をもとに、ある程度認知度に差が出ることが予測される語を選んで使用した。使用雑誌名および使用した例文を付録として末尾のリストに示す。

3. 調査結果

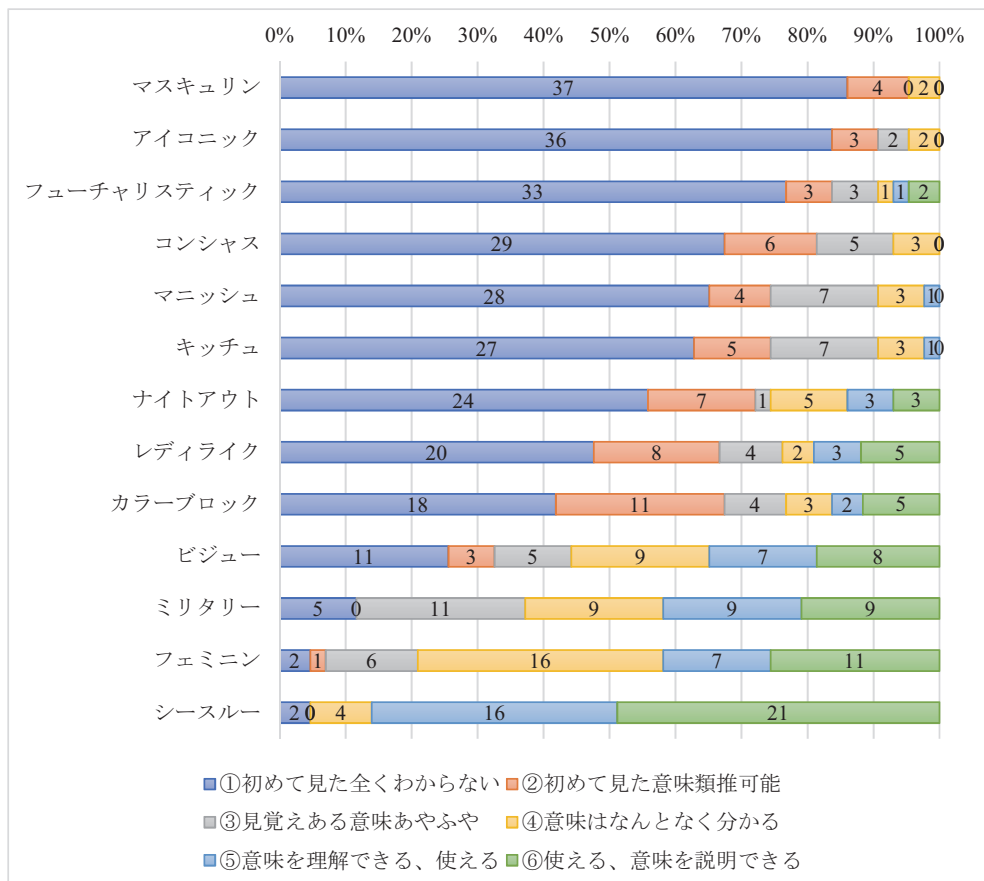
3.1 外来語認知度・理解度 (Q1)

雑誌記事の一部（文字情報のみ）を示し、そこに出現する外来語の認知度・理解度を以下の6つの選択肢から選択する形式で尋ねた。以降は（ ）内の略称で示す。

- ①初めて見た、全くわからない（類推不可能）
- ②初めて見た、意味は類推可能（類推可能）
- ③見覚えはあるが意味はあやふやである（不明瞭）
- ④意味はなんとなく分かる（漠然と理解）
- ⑤意味を理解できる、使える（理解・使用可能）
- ⑥使える、意味を説明できる（説明可能）

調査対象とした13語を上記①「初めて見た、全くわからない」の比率の高い順に配列して図3.1-1に示す。

図 3.1-1 ファッション雑誌記事における外来語認知度・理解度意識調査



最も認知度の低い「マスキュリン」に対し、対義語の「フェミニン」は最も認知度が高いという結果となった。なおこの2語は「マスキュリン&フェミニンなスタイルを…」という形で同一の文の中で使用されていたものである。

13語を認知度・理解度から順に4群に分け、便宜的にラベルを付して概観してみよう。

レベル1 (認知度10%未満) … 「マスキュリン」「アイコニック」「フューチャリスティック」

①(類推不可能)という回答が80%前後を占める。英語由来の「アイコニック (iconic)」「フューチャリスティック (futuristic)」は既知の単語から類推可能だと予測したが、②(類推可能)の回答は6.98%に留まった。翌週の授業で改めて「(おそらく)知っている英単語の派生語だが、それに気づいたか」と尋ねたところ、「気付いていた」は28.6%に留まり、「気付かなかったが指摘されれば分かる」が47.6%、「気付かなかったし、指摘されてもよく分からない」が23.8%という結果となった。

レベル2 (認知度20%前後) … 「(袖) コンシャス」「マニッシュ」「キツチュ」

漠然と意味をつかんでいるという語群である。このうち英語由来の「コンシャス (conscious)」「マニッシュ (mannish)」は、既知の英単語からの類推には至らなかったとみられる。

レベル3 (認知度30%前後) … 「ナイトアウト」「レディライク」「カラーブロック」

この3語はいずれも合成語であり、「ナイト」「アウト」「レディ」等の構成要素が英単語としても外来語としても世間一般に馴染みがあるという点で共通している。調査の翌週授業で各構成要素からの類推を行ったかどうかを尋ねたところ「考えていた」が61.9%を占め、「考えていなかったが、今考えてみて分かった」が全体の30.1%であった。

レベル4 (認知度65%以上) 「ビジュール」「ミリタリー」「フェミニン」「シースルー」

このうち「ビジュール」については⑤(使用可能)、⑥(説明可能)の比率は「ミリタリー」「フェミニン」と同程度であるが、①(類推不可能)が25%という点で異質である。これはフランス語“bijou (宝石や貴金属の装飾品)”に由来するため、既知語からの類推が不可能であったと推測される。「フェミニン」に④(漠然と理解)が多いのも同じくフランス語源であることが影響している可能性があるが、女性ファッション誌における出現頻度の高さからか認知度、理解度共に高い数値が得られた。また、「シースルー」は⑤⑥の和が85%であり、13語中では例外的に定着度が高かった。

ところで、回答者は実際に語の意味を正しく理解していたのだろうか。これを確認するために「(袖) コンシャス」と「カラーブロック」について一般的な定義と雑誌に添えられていた写真を見せた上で、各自の理解との一致度を尋ねている。その結果を図3.1-2に示す。

図 3.1-2 写真との一致度

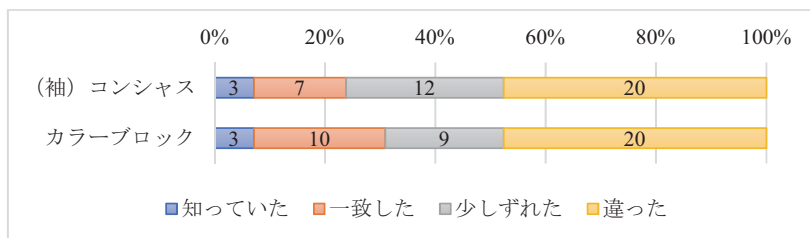


図 3.1-2 を図 3.1-1 (外来語認知度・理解度) と照合すると、学生たちの「意味を理解している」という認識は必ずしも正しくない可能性が示唆される。「(袖) コンシャス」について意味の認識が③ (不明瞭) と答えた 5 名中 3 名、「カラーブロック」については 4 名中 3 名の③ (不明瞭)、5 名中 3 名の⑥ (説明可能) の回答者がそれぞれ写真を見て「少しずれた」「違った」と回答している。

また、筆者から見て最も難解に感じられた「キッチュ」「フューチャリスティック」の 2 語についても写真を提示してそれが意味理解に与える影響を尋ねたところ、「ヒントになる・確認できる」という回答は「フューチャリスティック」が 35.7%、「キッチュ」は 15% に留まった。インスタグラムのハッシュタグ検索については後述するが、写真や画像が常に意味の理解につながるとは言い切れないだろう。

これら 13 語の原語、掲載雑誌、および中型国語辞典²における採録状況を一覧にしたものが図 3.1-3 である。原語および雑誌名の一部は略称を用い、辞書採録は「○」、未採録は「—」と

図 3.1-3 原語・出典・中型辞書採録状況

対象語		情報	原語	出典	大辞泉 2 (2012)	大辞林 3 (2006)	広辞苑 7 (2018)
レベル 1	マスキュリン		仏・英*	ELLE	○	○	—
	アイコンニック		英	non-no	—	—	—
	フューチャリスティック		英	SPUR	—	○ Web	—
レベル 2	(袖) コンシャス		英	non-no	○	○ Web	—
	マニッシュ		英	ViVi	○	○	○
	キッチュ		独	SPUR	○	○	○
レベル 3	ナイトアウト		英	SPUR	—	—	—
	レディライク		英	SPUR	—	○ Web	—
	カラーブロック		英	ELLE	—	—	—
レベル 4	ビジュー		仏	SPUR	○	○ Web	○
	ミリタリー		英	ELLE	○	○	○
	フェミニン		仏	ELLE	○	○	○
	シースルー		英	non-no	○	○	○

※辞書により原語表記が異なる。

した。また、表中に上記の4分類も示している。

今回使用した4誌はいずれも女性向けファッション誌であるが、対象年齢や趣向には以下のような相違がある。

『non-no』『ViVi』…10代後半～20代女子対象のガーリー（少女らしい）趣向のファッション月刊誌

『ELLE JAPON』『SPUR』…20～40代対象のモード・ハイエンドスタイル（コレクションに注目した高品質・高価格）中心の月刊誌

ある程度認知度が低い外来語も収集しようと試みた結果、13語中9語が『ELLE JAPON』『SPUR』の掲載語となった。しかし認知度の低い「アイコンック」「(袖) コンシャス」「マニッシュ」はいずれも大学生世代対象の雑誌に掲載された語であった。

図3.1-3に示した採録状況は、始めに冊子版について調査した上で発行後の電子版での更新状況も反映させている。『大辞泉第2版』不採録の5語は『デジタル大辞泉』³でも不採録であるが、『大辞林第3版』については表中で「○Web」と記した4語が『Dual大辞林』⁴で「書籍未採用項目」となっており、以下については新語としての「採録日付」が明記されている。

「フューチャリスティック」 (2007年5月採録)

「レディライク」 (2014年8月採録)

辞書採録状況と認知度順の分類とには、不連続的ではあるが一定の相関が認められる。採録度が高いのはレベル2とレベル4である。レベル4の全4語が採録済みであることから、これらの語が十分に浸透しており、学生世代もよく認知していることが確認できる。一方のレベル2は学生世代には接触する機会が少ないか、意味を調べるアクションを起こすには至っていないことが察せられる。

採録度の低いレベル1は、外来語としての出現頻度が低いこと、レベル3は合成語であるために掲載されていないと考えられる。ちなみに『Dual大辞林』は「レディライク」と同時期に「ボーイズライク」「メンズライク」(共に和製語)も採録している。

3.2 意味の参照 (Q4)

語によって認知度や理解度が異なる理由を探るために各回答者の認知度①～⑥を3段階に分けて質問した。

語義を理解し使用できるレベル (⑤使用可能、⑥説明可能) については「自然と覚えた」が最多である。24件中の9件は他の選択肢との複数回答であり、何らかの自ら調べるアクションを起こしていたことがわかる。

自ら調べる場合に最も多いのは「(インスタグラムでの) ハッシュタグ検索」である。「#フューチャリスティック」のように検索することもできれば、画面上のキーワードにタッチするだけでも特定テーマについて情報収集できる点で、学生世代に好まれていると考えられる。このような「手軽さ」、「手っ取り早さ」は筆者が過去に実施した辞書使用に関する調査においても重視されるポイントであったことから自然の成り行きだと言える。また、ソーシャルメディ

図 3.2-1 理解・使用可能な語 (⑤⑥) の参照履歴 (複数回答可)

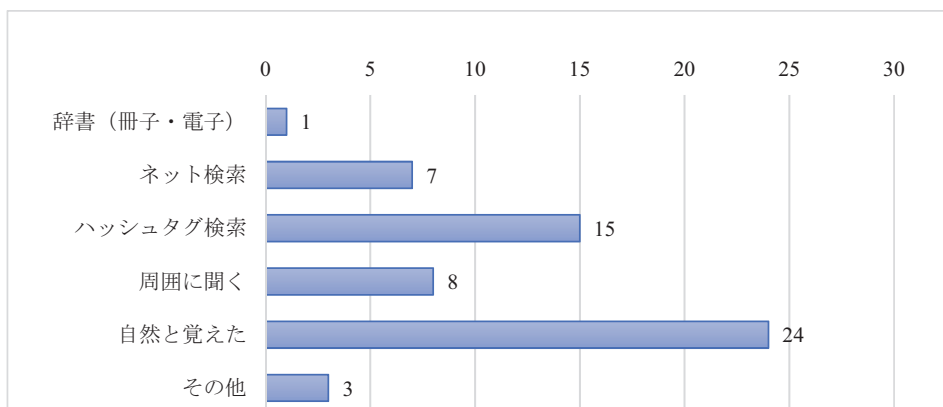
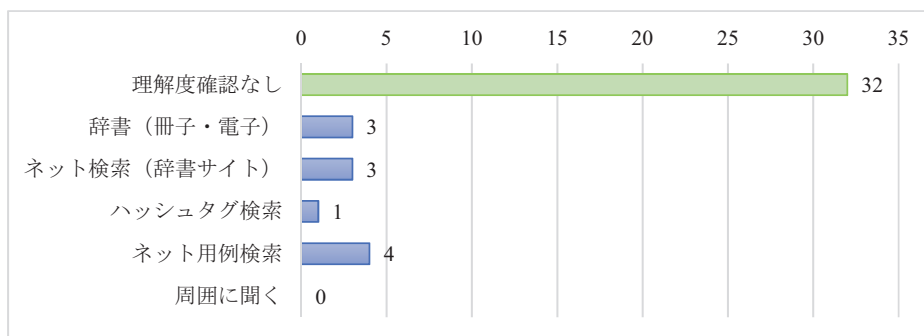


図 3.2-2 理解不十分な語 (③④) の参照履歴 (複数回答可)



アを介してファッション等の情報を収集する傾向とも関連していると察せられる。

理解が不十分 (③「あやふや」、④「なんとなくわかる」) については、自分の理解度を確認したことがないという回答が86.5%を占める。一方、理解度の確認手段として辞書を引くことを挙げる者も一定数いる。

翌週の授業で図 3.2-1、3.2-2 の結果を示したところ、ネットやハッシュタグ検索が多いことに共感する声もあれば、以下のように「調べない」ことへの驚きを示す意見も寄せられた。

「(分からない語の意味の) 確認をそもそも取らない人が多いことに驚いた」

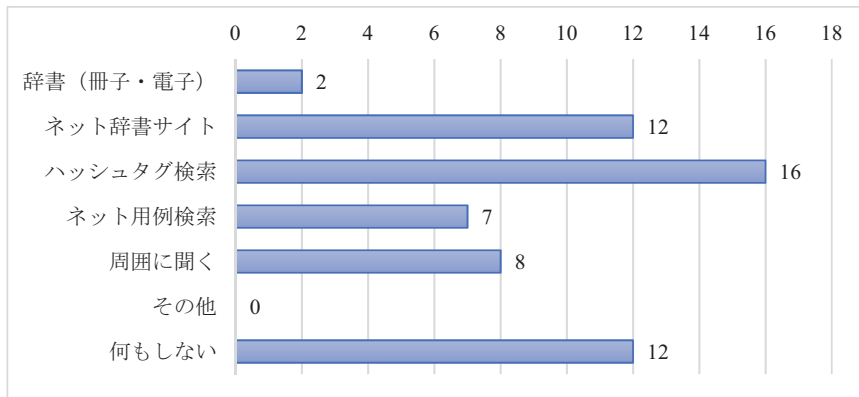
「あやふやな時こそ、ネットで調べることが多かったので意外だった」

図 3.2-3 は、①のような初めて見たが意味が全く分からない語に遭遇した際、時間があればどうすることが多いかを尋ねたものである。

ここでも調べる場合には「ハッシュタグ検索」(16件) が最多であり、「ネット辞書サイト」と「何もしない」(共に12件) がそれに次ぐ。後者の理由は「面倒」(7件)、「自分に必要だと思わない」(5件) である。

この結果についても翌週の授業で学生たちから意見を聞いているが、その大半はネットやインスタグラムを使用することへの共感が示されたものである。「何もしない」の回答数に対する驚

図 3.2-3 初めて見る意味の分からない語に対する対応（複数回答可）



きの声もある一方で、「予想通り」という意見も聞かれた。また辞書で調べることについては以下のような意見があった。

「自分も電子辞書を使うことがあるが、出てこない単語が多いイメージ（である）」

「現代的なファッション用語などは、紙の辞書や電子辞書には載っていないさそうだから、調べるならインスタのハッシュタグがわかりやすい。」

今回はファッション雑誌記事に掲載された外来語を用いたが、語種や語のジャンル等の属性によって学生たちの対処の仕方が異なるかについて、今後改めて調査してみたい。また、ハッシュタグ検索の詳細についても実態を把握しておく必要がある。

3.3 検索結果の閲覧（Q5、Q6）

大塚（2018）では初めて見る意味の分からない語への対応としてインターネット検索を行うという回答が多く得られていた。そこで、実際にインターネットの検索エンジンで検索した場合に学生たちが取る行動について、「（袖）コンシャス」と「フューチャリスティック」それぞれの Google 検索結果（タイトル、出典、URL、2～3 行の概要）を提示して以下を尋ねた。

- 任意のサイトをクリックして閲覧するか否か
- 閲覧しない場合はその理由
- 閲覧する場合は優先度の高い順および最初に閲覧するサイトを選ぶ理由

「閲覧する」という回答が 2 語共に 83.7% に及ぶ。閲覧しない理由としては、「今見える部分だけで理解可能」について「閲覧したいサイトがない」が挙げられた。

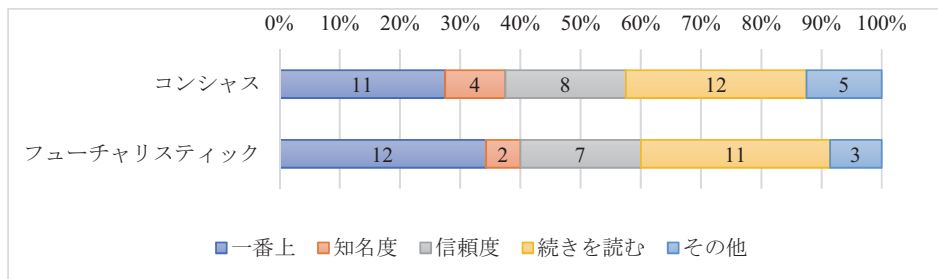
閲覧するサイトを選ぶ理由は図 3.3-1 の通りであり、2 語の間に大差はない。

検索結果として提示したのは「（袖）コンシャス」が 8 サイト（複合辞書サイト 4、ファッション辞書サイト 2、雑誌サイト 1、その他 1）、「フューチャリスティック」が 7 サイト（複合辞書サイト 1、雑誌サイト 3、ファッション辞書サイト 1、その他 2）である。

それぞれの閲覧理由ごとに最初に閲覧するサイトの情報をまとめて示す。

- 知名度（「見たり聞いたりしたことのあるサイトだから」）

図 3.3-1 検索結果の閲覧理由



「(袖) コンシヤス」…「コトバンク」(4件)

「フューチャリスティック」…「goo 辞書」(1件)、雑誌『SPUR』(1件)

- 信頼度 (「信頼できそうなサイトだから」)

「(袖) コンシヤス」…雑誌『Cancam』(6件)、「コトバンク」(2件)

「フューチャリスティック」…雑誌『VOGUE』(4件)、「goo 辞書」ほか各1件

いずれも数が少ないので傾向を見る程度に留まるが、知名度については複合辞書サイト「コトバンク」が選ばれており、信頼度については雑誌タイトルが目立つ点が指摘できよう。信頼度を優先する回答者の多数が選ぶ『Cancam』はタイトルに【意外と知らないファッション用語】と掲げている点が影響している可能性もあるが、『VOGUE』のタイトルは「2018 春夏トレンド発、フューチャリスティックなバッグ」とあることから、著名な雑誌として信頼を置いた可能性が高い。この点については、機会を改めて調査を行う予定である。

5. おわりに

以上、本稿では筆者が従来行ってきた調査の今後の継続方法を探る予備調査的研究として、学生世代のファッション誌における外来語の意味への対処方法を考察した。

自ら意味を調べるという場合に従来型の辞書が用いられることはまれであり、ネット検索やSNSのハッシュタグ検索が主流となっている。後者はデジタル端末で目にした語であればタッチ一つで調べることが可能であり、もはや検索語を入力せずして検索できる点が特徴的である。これは若い世代の傾向に限ったことではなく、例えば web 上で単語にマウスを当てて辞書を表示する機能や Kindle で調べたい単語を長押ししてポップアップされた辞書を引く機能などは幅広い世代で活用されている。

今回の調査では、意味理解があやふやな語について意味を確認したことがないという回答者が大半を占めていた点、また初めて見た意味が分からない語についても調べたり人に聞いたりすることがない者が一定数いた点は、筆者の予測を超えるものであった。

ただし、ファッション用語は辞書に掲載されていないと予想して調べないという意見があったことから、他のジャンルの語も含めた調査や、実際にスマートフォンを使ってその場で調べさせ

るような工夫を凝らした調査が必要であることが示唆された。

これらを踏まえて今後の調査方法の検討と再構築を行い、調査を継続していきたい。

謝 辞

調査項目にハッシュタグ検索を加えたのは三修社白川淳子氏の助言によるものである。ここに感謝申し上げたい。

[注]

- 1 出版科学研究所 (2018) によると 2017 年は「辞書市場は漸減」しており、発行形態別出版状況については「事典・辞典」の推定発行部数が前年度比 80.5%とある。また、ビジネス機械・情報システム産業協会 (2018) によると、電子辞書については 2017 年の国内出荷台数は 90.4%、販売金額が 90.6%と報告されている。
- 2 倉島 (2002:96) による分類で、掲載項目数 20 万～25 万の総合国語辞典国語辞典を指す。
- 3 小学館の有料データベース「Japan Knowledge」や「goo 辞書」、「Yahoo! 辞書」、「kotobank」、「amazon Kindle」等で使用できる。
- 4 三省堂デュアルディクショナリー (冊子体購入者向けのサービスで、辞書刊行と同時にその辞書をウェブでも利用可能な辞書の新形態) の一つ。2018 年 11 月時点では『大辞林第三版』『ウィズダム英和辞典第 3 版』『ウィズダム和英辞典第 2 版』がその対象である。

[引用文献]

- 大塚みさ (2016) 「学生の辞書利用の実態についての小調査 5」『歌子』17, 横 1-12.
 ——— (2018) 「学生の辞書利用の実態についての小調査 5」『歌子』17, p. 87-96.
 倉島節尚 (2002) 『辞書と日本語—国語辞典を解剖する』光文社.
 出版科学研究所 (2018) 『出版指標 年報 2018 年版』全国出版協会出版科学研究所.
 ビジネス機械・情報システム産業協会「モバイルシステム部会」(2018) 「電子辞書出荷実績推移 (1996-2017 年)」(<https://mobile.jbmia.or.jp/market/densi-jisyo-1996-2017.pdf>)

資 料

- 『ELLE JAPON』2018 年 11 月号、ハースト婦人画報社
 『SPUR』2018 年 11 月号、集英社
 『non-no』2018 年 11 月号、集英社
 『ViVi』2018 年 9 月号、講談社

付 録 (Q1 で使用した雑誌記事)

- (1) マニッシュなストライプもシースルーでほんのり肌見せすれば女らしい表情に。トップは袖コンシャスなブラウスで大人っぽく。
- (2) 1992 年の発売以来高い人気を誇るアイコンニックな「エアフォース」。レザーの質感が大人っぽさを後押し。
- (3) マスキュリン&フェミニンなスタイルを瞬時にかなえるミリタリーコートはスタンダードな一着として手に入れておきたい。袖のリブやカラーブロックでアクセントを利かせて。
- (4) ライオンモチーフのネックレスやビジュつきスニーカーで彼女らしいキッチュなトッピングを
- (5) レディライクなパンプスもフューチャリスティックな様相を呈す。
- (6) 初めてのナイトアウトは心ときめくピンクで揃えて。
 (1) ViVi 9月号、(2) non-no 11月号、(3) ELLE JAPON 11月号、(4)～(6) SPUR 11月号