

発表要旨

1. 題目	美容誌における外来語の特徴 Characteristics of foreign words in beauty magazines
2. 氏名	クルボノヴァ ムニラ KURBONOVA MUNIRA
3. 研究背景と目的	<p>日常生活において、化粧品は大きな役割を果たしている。化粧習慣が定着し、化粧品の販売数が伸びていると言われている。また、消費者の商品購入の方法は多様化し、対面での販売だけでなく、インターネット販売など商品のセルフ購入式が流行っている。そのため、消費者が広告に影響されて、購入を決断することも多いと考えられる。</p> <p>一方で、現代日本語には外来語が急増していると指摘されている。外来語によって言語が豊かになる一方で、コミュニケーションの障害となることもあると言われている。特に、化粧品の広告には外来語が多用され、その中には消費者が意味を知らない語も多数含まれていると考えられる。</p> <p>そこで、本研究では、商品購入に影響が強い方法の一つ、美容誌を調査対象とし、そこに使用されている外来語を調べることにする。研究目的としては、なぜ美容誌に外来語が多いのかを明らかにする。そのために、美容誌にどのような外来語がどれだけ使われているか、または、どんな特徴があるのかを調査する。</p>
4. 研究方法	<p>今回の調査では、集英社が月刊誌として発行しているビューティー雑誌「MAQUIA」（マキア）を資料とし、2019年4月号の52ページ分の外来語を対象とする。本雑誌は、20代～30代の女性向けの雑誌である。</p> <p>「マキア」には、旬のメイクやコスメを中心に、ヘアスタイルからヘアアレンジ・スキンケア・ダイエット・ビューティフードまで、全身が綺麗になるための情報を記載されている。本発表では、このうちの化粧品に関する広告と記事に焦点を当てる。</p>
5. 研究結果	<p>美容誌には、名詞、動詞、形容動詞と、複数の品詞にわたって外来語が多用されている。そして、その内訳は、化粧品そのものを指す「リップ」「アイシャドウ」などの語よりも、それ以外の「ピンク」「サポートする」といった語の方が圧倒的に多いことがわかった。</p> <p>さらに、語が組み合わせられて、複合語や混種語を形成することにより、読者を惹きつける表現がなされているという結果も見られた。</p> <p>こうした調査結果から、美容誌に用いられている外来語には、おしゃれでイメージを良くする効果と、商品自体をアピールする効果があることを立証する。</p>