

2021

擬音語のタイポグラフィーを使ったカレンダー

A Calendar with Onomatopetic Typography

AD 26 野口 真友子
指導教員 佐久間 善典

1.研究目的

戦後、日本では日常生活の中にも、外国語のものが
増え、経済成長と共に、英語の需要が高まった。

最近ではサラリーマンやOLの習い事がひとつのステータスとなり、英会話教室や、海外旅行の為の語学レッスン、さらには中高年の韓流ブームと、やはり外国(語)に目が向いる。とどまることを知らない日本語の外国語化に、ニュースなどでは度々“日本語力の低下”や、さらに“日常会話の乱れ”が叫ばれている。

日本人の日本語離れを防ぐためにも、日本語に興味を持ったり、日頃から意識するものが必要だと考えた。

2.調査と分析

近年、日本語力の低下が問題になっている中、ATOK主催による第1回全国一斉日本語テスト(2006年2月)の結果から、現代の日本人は30代までの若い世代から語彙などの表現力が特に弱くなっている。一部の学者の間では、それにより自分の言いたいことが的確に言い表せなく、憤りを感じるというケースも多くなっていると考えられている。

一方そんな現状を問題視してか、斎藤 孝(著)の『声に出して読みたい日本語』や、ニンテンドーDSの大人向け学習ソフト、フジテレビの『タモリのジャポニカログス』、NHKの『日本語で遊ぼう』、『ことばおじさんのナットク日本語塾』など様々な媒体がつくられた。

しかし、テレビやゲーム、本などは一過性のものであり、所有者がその媒体を目にする時間がなければ、いくらメディアを通して情報を提供していても、ひとりひとりには届かない。

また、上記の問題を踏まえて、日本人の豊かな表現力(語彙)に関し調査したところ、日本は世界で第2位を誇る擬音語や擬態語の多い国だとわかった。

3.コンセプトの立案

制作媒体として、一過性のものではなく、常に日常の中であって生活に溶け込んでいるものにする。

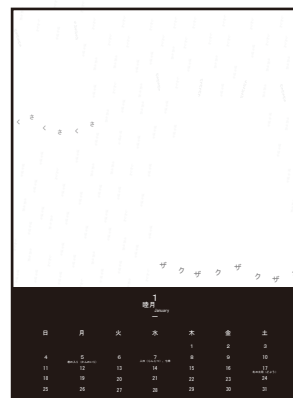
日本の文化と共にある日本人特有の繊細で微妙な感覚も含み、表現の美しさや深さを再認識できるものにする。

4.デザイン展開

媒体としては、日々の生活の中に溶け込み、目に触れる機会の多いカレンダーを選んだ。また、その絵柄として、日本人独自の四季の違いを感じとれる繊細さを、タイポグラフィーで表現する。タイポグラフィーで使用する文字は擬音語・擬態語に絞り、その限定された中でも、日本語の語彙の深さや豊かさがある事を伝える。

5.完成図

1
睦月
January
—



6.結論

今回作品を制作する上で擬音語に関する文献を調べてみたが、今まで気にもとめなかったひとつの小さな世界が、調べてみるとこんなにも奥が深いものなのかと驚いた。

カレンダーの絵の部分に使用した文字は、形を自分で変えたり色々工夫したかったが、実現できなかったのが少々残念だった。日本語はもともと絵から成った文字なので、文章でなくとも、見ていて飽きなく、形としても美しく素晴らしい言語なのだと思える。

この作品によって、擬音語に興味を持ったり、日本語の豊かさを目を向けてもらえたらと思う。

7.参考文献

- 日本語入力システム「ATOK(エイトック)」
<http://www.atok.com/>
<http://atok.com/test/index.html>
- 山口仲美, 2002, 『犬は「びよ」と鳴いていた』光文社