

立教大学学術推進特別重点資金（立教 S F R）
大学院生研究
2004 年度研究成果報告書

研究科名	立教大学大学院	社会学研究科	社会学専攻
指導教員	所属・職名	氏 名	
	社会学部・教授	間々田 孝夫 印	
自然・人文の別	自然 ・ (人文)	個人・共同の別	(個人) ・ 共同 名
研究課題	消費社会化と身体観の変化についての研究—健康志向を中心に		
研究代表者	在籍研究科・専攻・学年	氏 名	
	社会学研究科 社会学専攻 博士課程後期課程 5 年	藤岡 真之 印	
研究組織	在籍研究科・専攻・学年	氏 名	
研究期間	2004 年度		
研究経費	200 千円		

研究の概要 (200~300 字で記入、図・グラフ等は使用しないこと。)

本研究では、消費社会化と健康意識がどのように結びついているかということ明らかにするために健康雑誌の分析を行った。より詳細には 2 点ある。1 点目は、性格の異なる複数の健康雑誌を比較することにより、健康雑誌上に示されている健康の概念がどのように変化したか、そしてその変化に対して消費社会化という社会変化がどのようなインパクトを与えたかということの問題にした。もう 1 点は、健康に関するリスクについての表現が多く見受けられる健康雑誌に注目し、そのリスクについての表現において何が示されているのかということの問題にした。

キーワード (研究内容をよく表しているものを 3 項目以内で記入。)

[健康志向] [健康雑誌] [消費社会化]

研究成果の概要 (図・グラフ等は使用しないこと。)

本研究では、消費社会化と健康志向がどのように結びついているかということをも明らかにするために、健康雑誌を収集しその分析を行った。

本研究では、消費社会化という問題に関しては、長期的にみた欲求のあり方の変化に注目し、健康志向という問題に関しては、リスクに対する意識、さらにはリスクと深い関係を持っていると考えられる他者的なものに対する意識との関係において注目している。消費社会化という問題に関しては、従来の記号論的分析とは異なる視角を持ち、健康志向という問題に関しては、従来の構築主義的分析とは異なる視角を持っている。

以上のような視角から、本研究で明らかにしようとしていることは大きくみると以下の2点である。1点目は、健康雑誌の分類を行うことによって、健康についての見方や概念がどのように変化したかということをも明らかにし、またその変化に対して消費社会化という現象がどのようなインパクトを持ってきたかということである。2点目は、健康雑誌の内容が大きく変わったと考えられる1970年代以降の健康雑誌において、健康に関するリスクがどのようなものとして表象されているかということである。以上の2つの大きな問題を明らかにするために、それぞれいくつかの作業を行った。それらについて以下に述べていく。

まず、健康雑誌の分類と健康概念の変化および消費社会化のインパクトについてである。この問題を明らかにするために行わなければならない最も基礎的な作業は、いつ、どのような健康雑誌が発刊され、また廃刊されたかという基礎的なデータベースを作成することである。この作業を行うにあたっては、1929年から2004年まで、計76年分の『出版年鑑』にあたった。この『出版年鑑』は雑誌の出版状況を明らかにするためには最も網羅性の高い資料であるが、ここに漏れている情報も存在するため、補足的に他の資料にもあたった。その結果、179誌の健康に関わる雑誌を拾い出すことができた。だがこの中には一般の読者を想定したものではなく、専門家を対象とした雑誌も含まれており、本研究が対象としているような一般向けの健康雑誌は全体の半分に満たなかった。また戦前の短い期間にしか発行されていなかったいくつかの健康雑誌や、戦後に発行された健康雑誌であっても情報があいまいなものなどがあり、それらについては分類しきれていない。この点については今後別の資料にあたってみるつもりであるが、不明な点が明らかになる保障はない。とはいえ、この作業で健康雑誌について一定の基礎的なデータベースを作成することができた。近年、健康についての社会学的な分析が蓄積されていっている状況において、健康雑誌についての分析は瀧澤利行が『健康文化論』の中で一部行っている以外ほとんどないといってよい状況であり、健康雑誌の発行状況についての基礎的なデータベースは存在していない。したがって、本研究における健康雑誌についての基礎的なデータベースは資料的な価値を十分に持っていると考えられる。

健康雑誌についての基礎的なデータベースを作成した後に行ったことは、健康雑誌の分類である。戦後の健康雑誌の大まかな分類については、前述の瀧澤利行が行っている。瀧澤は、戦後の健康雑誌をその性格から3つの時期に分類している。中でも3番目の時期の健康雑誌を、消費社会の影響を受けたものであると述べている。本研究では、消費社会化と健康志向との関係を明らかにすることを大きな目的としているため、特にこの3番目の時期の健康雑誌が最も重要な分析対象である。このような経緯から本研究では70年代以降に発行された健康雑誌に特に注目して分析を行った。瀧澤の分析においては、健康雑誌を分類する際の基準は示されていないが、本研究においては、いくつかの基準を設けた。その基準は、「読者の年齢層」「読者の性別」「健康によって求められているもの」「健康法の行い方」「誌面における広告の占める割合」である。本研究では、消費社会化との関連において健康志向を考えるために、この分析においては、誌面に占める広告の割合が低い、いわゆる正統的な健康雑誌は大きな重要性を持っていない。したがって以下の分類においては、これらの正統的な健康雑誌はあらかじめ分析の対象から除外し、消費社会化と密接な関係を持っていると考えられる広告率の高い健康雑誌について述べていく。消費社会化の影響を強く受けると考えられる広告率の高い健康雑誌を分類する上で特に重要であったのは、「読者の年齢層」「健康法によって求められているもの」「健康法の行い方」の3つの基準である。この3つの基準からおおよそ3つのタイプの健康雑誌を分類することができる。ここではこの3つのタイプの健康雑誌を仮にタイプA、タイプB、タイプCとする。

タイプAの健康雑誌：このタイプの健康雑誌は、中高年を主な読者として持っている。健康法によって求められているのはある種の娯楽性であり、科学的な見地からは実際の効果の疑わしいものも紹介されている。健康法を行う際には身近な食材や道具を用いることが多く、場合によっては、綴じ込みみふろくが付属されており、それらで健康法を実践することにより、ある種の娯楽的な満足を得られるようになっている。具体的な雑誌は『壮快』『安心』などである。

研究成果の概要 つづき

タイプBの健康雑誌：このタイプの健康雑誌は、30代前後を主な読者としている。健康法によって求められていることは、日々の仕事に備えた体調管理である。健康法の中心となっているのは日々の食事の栄養管理や睡眠といった生活習慣に関わるものが多い。その意味では娯楽性は相対的に強くない。具体的には『日経ヘルス』が挙げられる。

タイプCの健康雑誌：このタイプの健康雑誌は、20、30代を主な読者としている。健康法によって求められていることは、タイプBの健康雑誌にみられるような日々の体調管理と同時に、健康法それ自体の知識がもつ娯楽性である。この場合、健康法に関する知識は、カタログ的に整理されており、それらは即、健康法の実践へと結びつきにくい場合もある。そこにはタイプAの健康雑誌が持っている実践的な娯楽性とは異なった、知識欲を満たすという別の種類の娯楽性が含まれている。またタイプBの健康雑誌と異なっているのは、体調管理というよりも快適性が求められているという点であり、これは健康という点からみると、相対的に実質性が薄いといえる。これらの特徴を持っている具体的な健康雑誌は『Tarzan』である。

さて、以上で、消費社会化の影響を受けている健康雑誌を3つに分類した。われわれが「健康ブーム」という言葉によって思い浮かべるのは、おそらくタイプAの健康雑誌が持っているようなタイプのイメージの場合が多いと推測される。実際に、近年の健康の社会学でも、タイプBやタイプCにみられるような健康情報より、タイプAにみられるような健康情報がより多く分析の対象となっているように思われる。また健康雑誌を論じている瀧澤も、消費社会の影響を受けている健康雑誌について論じる際には、健康雑誌を細分化して分類することはしていない。したがって、本研究においてタイプBやタイプCのような特徴を分類したことに一定の意義が認められるといえるのではないだろうか。

ここまで、消費社会化の影響を強く受けられていると考えられる健康雑誌をとりあげた。では、消費社会化は健康雑誌、あるいは、健康という概念の変化にどのような影響を与えたと考えられるだろうか。結論から先に言うと、残念ながらこの問題については現時点で確定的なことはいえない。なぜなら、この問題を明らかにするためには、消費社会化の影響をそれほど受けていない健康雑誌と、強い影響を受けた健康雑誌を比較する必要があるのだが、この点についてはまだきちんとした比較を行っていないからである。おおよそのことをいうならば、タイプA、Cの健康雑誌にみられるように実質性から遊離していく傾向を持っているということはいえるかもしれない。だがこの問題についてはまだ検討すべき点が多く残されていると考えられるので、今後の課題としたい。

残されたもうひとつの大きな問題は、1970年代以降の健康雑誌において、健康リスクがどのように表象されているかということであった。この問題についても上述した健康雑誌のタイプを参考にして考えていくと分かりやすい。この際に重要だと考えられるのは、健康法と健康雑誌の読者との関係である。簡潔に述べると、未来に存在する健康リスク——定義上、リスクは未来にしか存在しないが——、の具体性がどれくらい強いのか、そしてそのリスクに対してどのような働きかけが可能であるかということである。3タイプの中では、タイプBが、健康リスクが具体性をもち、より輪郭がはっきりし、対処の方法がある程度明確であるのに対して、タイプCは、健康リスクの具体性が薄く、したがって対処の仕方に曖昧性が残る。これを別の言い方でいうと、リスクに際して、タイプBの場合は読者の選択の幅が狭く、タイプCの場合は読者の選択の幅が広いといえる。ニクラス・ルーマンは不確定な未来に対して、選択肢が存在し、ある行為者が選択を行うことによって未来の不利益が左右されるようなもの、つまり未来の不利益が行為者に帰責されるようなものがリスクであるという主旨のことを述べている。ルーマンの議論を延長して考えていくと、選択の幅の広さはリスクの大きさと比例しているといえる。したがって、タイプCにみられるような、実質性が薄く、対処の仕方に曖昧性が残るような健康情報がメディア上に多く流れるということは未来に対する選択の幅を広げるということを結果し、健康リスクを高めているといえる。つまり、健康リスクが高まっていることの背景のひとつには、実質性から離れ、曖昧性の多い健康情報が提示されることによってもたらされているということができるのではないかと。