

**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**  
**2006 年度研究成果報告書**

<b>研究科名</b>	立教大学大学院	文学	研究科	比較文明学	専攻
<b>指導教員</b>	所属・職名		氏名		
	文学部・教授		北山 晴一 印		
<b>自然・人文の別</b>	自然	人文	<b>個人・共同の別</b>	個人	共同名
<b>研究課題名</b>	高度成長期における女性雑誌の変容～消費者としての女性像の生成～				
<b>研究代表者</b>	在籍研究科・専攻・学年		氏名		
	文学研究科比較文明学専攻 博士後期課程5年		田中 里尚 印		
<b>研究組織</b>	在籍研究科・専攻・学年		氏名		
<b>研究期間</b>	2006	年度			
<b>研究経費</b>	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。)

高度成長期を 1960 年から 1972 ごろとし、その間の女性雑誌の変容を分析することを通じて、日本の「戦後」社会の消費社会化していく中での女性イメージについて論じる。女性雑誌を(1)形態(表紙や紙質など)(2)レイアウト(目次、デザインなど)(3)内容(集中するトピック、記事)(4)語彙(キーワードなど)の四つに区分し、それぞれがどのように変容しているかを詳細に追う。その後、こうした全体を統合する女性イメージの変容について分析する。

そして、両者とも同時の「専業主婦」を念頭に編集された雑誌であることから、1960 年代の「主婦」という存在がどのようにメディアに理解されたか、ということを上記の分析で明らかになったことと比較して、論じる。

**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。)

[ 専業主婦 ] [ 余暇 ] [ おしゃれ ]

**研究成果の概要** (図・グラフ等は使用しないこと。)

本研究の対象時期は、高度成長期である。この時期は復興が軌道に乗り、池田内閣の「所得倍増計画」によって、徐々に家庭の所得が倍増し、「専業主婦」なる存在が社会の中でクローズアップされる時期となる。この時期に、従来より女性のための家庭的啓蒙を旨としていた『主婦の友』が、読者の変容にどのように反応し、適応していったかを、記事と女性イメージの変容から考えていく。

その第一点として、1953年における『主婦の友』から『主婦の友』への表題変更をとりあげた。そして、名称の変更だけではなく、1956年に版型および紙面レイアウト自体を大幅に変更した『主婦の友』の編集部の方針転換を明らかにした。名称変更によって、読者に対する構えを「生活に役立つ」という意味での啓蒙から「見て楽しい」という娯楽性へとシフトした。しかし、こうした構えは1956年の版型変更によって、完成する。この結果、『主婦の友』は更なるビジュアル化を進め、値段を下げ、読者層を絞る方針へと転換した。これによって、政治的オピニオンを語る記事は減少し、家庭と社会の接触面に着目する論説が増えていくようになった。

第二点として、雑誌の姿勢をシフトしていく『主婦の友』の中で徐々に温められてきた「買い物」に関する記事群を分析することで、この時期に起こった「買い物」記事の変化と、そこに現れた「余裕」のイメージを明らかにすることを目指した。というのも、啓蒙を旨とした『主婦の友』は自堕落な消費を厳しく戒めていたからだった。ところが、「買い物」記事の中では、消費の美德が徐々に焦点化され、家計とバランスをとりながら、その「楽しみ」がイメージ化されることになった。

「買い物」記事の中でも電化製品を買う記事に注目しつつ、読者女性たちは何を問題とし、欲望したかを明らかにした。すなわち消費する欲望は、女性所与のものではなく、消費することで彼女たちが置かれている状況が打開できるからゆえに欲望されたのだ。すなわち、それは戦後すぐから始まる主婦の過重労働の問題である。一家を支えるために主婦は外に働きに出ることが望まれ、また、主婦たちも自立した存在への希求から、自発的に社会へと一歩を踏み出すことになる。しかし、一方で、家事もまた主婦の役割として定位され、その双方を行うことこそ女性の鑑というイメージがもたらされた。こうしたイメージについての論争が、第一次主婦論争(1955～)であった。

では、どのようなことが欲望されたのか。一つは洗濯機に見られるような、家事分担の選択の広がりをもたらすものを欲望し、もう一つは、自分の時間の確保を欲望したのである。過重労働の解決として、ひとつは夫の協力を得て、家事を分担することが『主婦の友』では提示された。例えば、繕い物や洗濯は今まで夫ができない領域であったが、洗濯機があれば、夫でも、洗濯が分担しうるという予想のもと、電化製品を欲望したのである。

そして、女性に私秘性がないことが問題化された。社会では仕事、家庭では主婦という社会から期待される役割の外にある、個人としての自分の居場所をつくること目指されていく。その第一歩として提示されたのが、娯楽であり、余暇であった。この自分だけの時間をつくるためには、家事労働の時間を減らす以外にない。そのためには、家電によって、家事の時間を短縮し、それによって自分だけの時間をつくりたいと欲望したのである。このように、自分自身の楽しみを目指す意志が生まれ始めていることが明らかになった。こういう経緯で「余暇」が記事の焦点になっていったのであった。

**研究成果の概要 つづき**

第三点として、女性の意志を請けて『主婦の友』が「余暇」をテーマにする記事を掲載していく流れの意味を明らかにした。つまり、「余暇」の創出という問題のなかで、衣服記事にはどのような表象上の変化がおきていたかを分析した。

自分自身の時間を欲する読者女性の欲求は理解されたけれども、すぐには時間を創出できないというジレンマの中で、『主婦の友』はその私秘性の場所を、家事労働の中に見つけ出そうとした。その代表的な記事が「着こなし」というテーマによって描かれた一連のものである。「着こなし」とはいわば、着衣を選ぶ私の時間である。その時間は誰にも邪魔されず、誰に期待されたものでもない。衣服と自分の関係は、女性自身に属している。少なくとも、読者女性たちは主観的にはそう思っていた。

この「思念」によって目指された自分自身の時間を指し示す言葉が「おしゃれ」である。「おしゃれ」は単なる虚栄を満足させる意味合いの言葉ではなく、自分自身を再確認できる貴重な場として思念された。それゆえに、「おしゃれ」はひとつの解放として希求されたのだ。こうして、衣服記事に「着こなし」の記事が増えていき、「おしゃれ」という言葉が付され、自分自身の楽しみとしての「おしゃれ」な「着こなし」という女性の感性を創出していくようなイメージが浮かび上がってきたことを明らかにした。ここにおいて『主婦の友』も女性の「ゆとり」の場所を確保していく方向に動きはじめていくのである。

第四点として、『主婦の友』がレイアウト上で変貌を繰り返し、「おしゃれ」化していく中での編集部の意向を分析した。この中で、より読者イメージは限定され、家庭の中に仕える雑誌であることを強調していくようになっていった。もちろん、それは従来と同じ主張であるのだが、内容は逆に「おしゃれ」になっていった。とはいえ、それは、単なるビジュアル化ではなく、自分自身の場として「おしゃれ」の楽しみを提示し、自分自身の場のない女性に対して、場を提供する視座を与えることで家庭に仕えるという論理があった。こうした中で、「おしゃれ」な専業主婦が女性表象として登場していくのである。

第五点として、その背景には、高度経済成長の中での亭主層のサラリーの増加と平行した「専業主婦」層の実質的増加があったが、『主婦の友』もまた、この新たな「専業主婦」層にじっくりくる名称を与えようと苦心していく。そうした流れを、『主婦の友』に現れた集合名詞の変化を追いつつ分析した。その中で『ミセス』を比較対象として、読者対象の創造について検討した。こうした「専業主婦」層に自誌の読者イメージを近づけようとする試みの中で、新たな女性イメージの創出へ向かうことを、論説記事を使って分析した。その背景には、いまだ女性が余暇時間を十分に持ちえておらず、また持っている人も上手に使う精神的余裕が欠如していたという現実的問題があったことを示した。

第六点として、『主婦の友』が家庭の「主婦」という女性イメージに準拠しながら、背景と動作をつけたグラビアを開発し、楽しむ女性というイメージを創出していく。これは家庭にいる女性の精神的な解放の表現として描かれ、「おしゃれ」の楽しみのイメージを創出していくことになったのである。こうした中で形作られるのが《余裕あるおしゃれな主婦》イメージであった。このように《おしゃれ》という表現が、主婦の置かれた問題状況に対する処方として、つまり「ゆとり」の場所の創出として描かれた、ということ論じた。

**研究発表** (研究によって得られた研究経過・成果を発表した①～④について、該当するものを記入してください。該当するものが多い場合は主要なものを抜粋してください。)

- ①雑誌論文 (著者名、論文標題、雑誌名、巻号、発行年、ページ)
- ②図書 (著者名、出版社、書名、発行年、総ページ数)
- ③シンポジウム・公開講演会等の開催 (会名、開催日、開催場所)
- ④その他 (学会発表、研究報告書の印刷等)

④ 博士論文の一部として立教大学に提出し、受理され、合格した。