

東京マガジンバンクカレッジ雑誌総合セクション

大学ゼミ成果発表会 2021

～雑誌と社会のかかわりを語り合おう～

【プログラム】

14:00 開会

14:10 「雑誌『Visions』の作り方とそれを通して学んだこと」

上野巴菜・大滝蒼・大山優衣・岡庭緒未・黒田咲子・坂元瑞季・佐藤莉央・星友里花・
森日向子・山口桃奈・平野千晶

(跡見学園女子大学文学部現代文化表現学科 3 年『Visions』制作メンバー)

14:35 「大宅壮一文庫活用プロジェクト」について ―そのねらいと内容―

野口武悟 (専修大学文学部教授)

14:40 「ファッション誌を通じた大宅壮一文庫の PR 企画提案」

兼島結愛・新郷さやか・清水里恵

(専修大学文学部ジャーナリズム学科 2 年「大宅壮一文庫プロジェクト」)

14:55 「コロナ禍における雑誌記事分析」

小田佳織・宝井ちなみ・中村瑠那・西田奈央・長谷川さくら・山崎航

(専修大学文学部人文・ジャーナリズム学科 3 年)

15:10 「文字表記のチカラ –『anan』表紙コピーなどを題材にして–」

村田希実 (専修大学文学部人文・ジャーナリズム学科 3 年)

15:25 「絵本の中の父親と母親の描かれ方 –月刊絵本『こどものとも』に見られる性別役割分
業観と社会的背景との関わり」

上地由起 (専修大学文学部人文・ジャーナリズム学科 4 年)

15:40 質疑応答

16:00 閉会

雑誌『Visions』の作り方とそれを通して学んだこと

跡見学園女子大学文学部現代文化表現学科 3年『Visions』制作メンバー
上野巴菜、大滝蒼、大山優衣、岡庭緒未、黒田咲子、坂元瑞季
佐藤莉央、星友里花、森日向子、山口桃奈、平野千晶

1. 制作背景、目的

『Visions』は跡見学園女子大学文学部現代文化表現学科の必修選択科目「ライティング特殊演習（編集）」を履修した3年生が授業課題として制作する雑誌である。毎号「現代文化表現学科の学生が将来目指したいクリエイティブな仕事紹介」をコンセプトに特集を組み、本学科の学生や本学に入学を目指す全国各地の高校生に向けて毎年4000部印刷される。

10号目となる2021版は12名の学生が富川淳子先生の指導のもと、20ページの1冊を作りあげた。



(2021年度分を除く過去10年分のVisions)

2. 2021年度『Visions』テーマ

今年度は『ドレス・コード？—着る人たちのゲーム』展を特集した。この展覧会は京都服飾文化研究財団（以下KCIと記す）と京都国立近代美術館の共同主催のファッション展だ。2019年に京都、熊本、2020年には東京で開催され、2021年にはドイツでも開催予定である。今回はこのファッション展を作り上げた13人の専門家にインタビューを行った。

3. 制作日程

日程	目的
6月	・取材原稿の書き方練習 ・ラフレイアウトの作り方練習 ・ラフレイアウト作成 ・ラフレイアウトをもとにデザイナーと打ち合わせ ・カメラマンと撮影打ち合わせ ・取材申込書を作り、アポイントを取る
6～7月	・取材 ・写真を選び、ラフレイアウトを直し、レイアウト回しの準備 ・レイアウト回し
9/29	レイアウト完成
10/5～	原稿書きおよび原稿チェック
10/29	原稿完成 取材者へ原稿送付&確認
11/5	入稿作業
11/11	初校—校正者とデザイナーのほかKCIにも再度確認
11/26	初校戻し
12/2	再校—校正者とデザイナー、KCIの内容最終確認
12/24	校了

4. 得た学び

雑誌作りの授業を通し学んだことは数多くあるが、代表的なものを3つ紹介する。

1点目は情報発信する責任の重さだ。情報発

信する場合の責任とは事実と間違いがないかということの他に、誌面の中の固有名詞の表記を統一することや、読者目線に立っての文書作成などがある。授業課題のレポートでは気にならなかったことに注意を向けることで公に出す文書の難しさを体験した。それは同時に情報を発信する責任の大きさを認識することになった。

2点目は協力しあうことの大切さである。雑誌制作の過程には多くの人に関わる必要のあることを知って驚いた。また自分ではよくできたと感じていても、他人の眼を通すことで修正すべき点が発見され、これが文章の質の向上につながった。また制作中、心が折れそうになったことも多かったが、互いの励ましあいによって救われ、苦しさも乗り越えることができた。

3点目は想像力についてである。インタビューや原稿作成、レイアウト回し、初校、再校など、どの作業でも想像力が求められた。それは読者に対してだけでなく、『Visions』の制作に携わるすべての人も対象となった。どのようにまとめて資料を渡せば相手が作業しやすいか、どのように伝えれば相手にわかりやすく伝わるか、外部の方やプロと多くかかわるからこそより相手の気持ちを想像しながら作業を進めることを心がけた。これによって想像力はかなり磨かれたと思う。

インタビューやレイアウト回し、入稿や校正を通して多くの社会人やプロの人と関わることができ、1人の社会人として“働く”という考えを考へるきっかけにもなった。雑誌編集の授業を通じて、他の授業では学ぶことができないより実践的な経験を積むことができ刺激的な1年となった。

参考：過去の『Visions』の特集

（「ライティング特殊演習」の授業課題として制作するようになった2013年以後）

2013版 ファッション界で活躍するクリエイター
—28人の仕事

2014版 演劇界で活躍するクリエイター27人

の仕事

2015版 ジョニー・デップ主演映画『トランセンデンス』のヒットをしかけた15人の仕事

2016版 劇場アニメ『屍者の帝国』を作った
26人の仕事

2017版 木村カエラの”世界“を生み出すクリエイティブな仕事

2018版 「ライティング特殊演習」休講のため休刊

2019版 日本大会を動かすラグビーワールドカップ2019組織委員会のクリエイティブな14の仕事

2020版 東京芸術祭2019を成功に導いた13人の仕事

2021年版の表紙



「大宅壮一文庫活用プロジェクト」について —そのねらいと内容—

野口武悟（専修大学文学部教授）

「大宅壮一文庫活用プロジェクト」のねらい

専修大学文学部ジャーナリズム学科では、2020年度よりPBL科目「プロジェクト」を開講している。その一環として、筆者の担当する後期開講の「プロジェクトB」では、公益財団法人大宅壮一文庫のご協力のもと、「大宅壮一文庫活用プロジェクト」を行った。

PBLとは、Project-Based Learningの略で、今日の教育改革で重視されているアクティブ・ラーニングの手法の1つである。具体的には、「テーマを設定する」「問題や仮説をたてる」「先行研究をレビューする」「問題解決に必要な知識や情報を調べる」「結果を踏まえて考察を行う」「発表を行ったりレポートを書いたりする」といった流れ¹⁾をとることが多いことから、「問題解決学習」や「課題解決学習」などといわれることもある。大学におけるPBLの実践においては、実際の企業や団体等とコラボレーションして取り組むことが多い。

専修大学文学部ジャーナリズム学科は、2019年度に従来の人文・ジャーナリズム学科ジャーナリズムコースを改組して発足した新しい学科である。この新しい学科の目玉科目の1つが「プロジェクト」であり、前期に「プロジェクトA」、後期に「プロジェクトB」が開講される（それぞれ2単位科目）。2年次の学生が主な受講者であり、学生は「プロジェクトA」と「プロジェクトB」のいずれか、または両方を受講することができる。3年次から始まる専門演習科目である「ゼミナール」の導入の意味合いもある。

後期開講の「プロジェクトB」は6人の教員がそれぞれの専門を生かしたテーマを設定し、

募集した。筆者は、図書館情報学が専門ということもあり、この「大宅壮一文庫活用プロジェクト」に取り組むこととした。

以上のPBLとしての「大宅壮一文庫活用プロジェクト」のほかに、このプロジェクトにはMIEとしての側面もある。MIEは、Magazine In Educationの略である。いまから5年ほど前から、筆者の同僚である植村八潮教授（出版学）を中心とする研究プロジェクトで提唱、実践し始めているもので、教育に雑誌を活用しようという実践である。新聞界を中心に実践されているNIE（Newspaper In Education）の実践を参考にしている。MIEは、大きく2つの実践からなっている。1つは授業等に雑誌を利活用する実践、もう1つは授業等で雑誌づくりに取り組む実践である。「大宅壮一文庫活用プロジェクト」は前者に該当する実践である。

このように、「大宅壮一文庫活用プロジェクト」は、まさにPBL×MIEとして取り組んだ実践であったといえる。

「大宅壮一文庫活用プロジェクト」の内容

このプロジェクトの内容は、簡潔にまとめれば、大宅壮一文庫の魅力をもっと多くの人に知ってもらい、活用してもらうためのアイデアを練り、発表、共有するというものである。そのために、2つの部門を設定し、学生グループ（7つのグループに編制、1グループは3～4人の学生で構成）にはグループ内での話し合いにより、2つの部門のいずれかを選択し、活動することとなった。

2つの部門とは、活用事例報告部門と広報・PR方法提案部門である。活用事例報告部門は、

大宅壮一文庫とそのデータベースはこんなふうに活用できるという活用事例を報告する部門で、各グループが1つテーマを設定して、実際に大宅壮一文庫を活用したうえで報告してもらうこととした。テーマは実用的なものから、研究的なものまでさまざま考えられるが、半期という限られた期間内で報告まで完結できるテーマであることを求めた。また、広報・PR方法提案部門は、大宅壮一文庫とその魅力をもっと多くの人に知ってもらうための広報・PR・イベントなどのアイデアの提案する部門である。特に、学生と同世代の若者にどうしたら伝わるかを意識して、若い柔軟な発想力で周囲を唸らせるような、そして効果の期待できる提案をするよう求めた。

結果的に、活用事例報告部門には5グループ、広報・PR方法提案部門には2グループがエントリーした。

このプロジェクトの初回は2020年9月22日で、最終報告会が同年12月19日であるから、実際には3か月ほどの活動期間ということになる。当初は1月下旬に最終報告会を予定していたが、今般のコロナ禍のなかで、後期授業期間が短縮されたことから、上記のような活動期間となった。当初は対面で実施をし、大宅壮一文庫の鴨志田浩さん、小林恭子さんをお招きしてのゲスト講義、受講学生全員での大宅壮一文庫の訪問・見学などを経て、各グループでの活動に移っていった。途中からオンライン方式に切り替え、毎週の進捗報告と指導、中間報告会、最終報告会を実施した。

最終報告会は、2020年12月19日にオンラインで、かつ一般公開の形で開催した。当日は、大宅壮一文庫のみなさんのほか、出版者の編集者や出版学の研究者などにもご参加いただき、学生の報告に対して温かいご意見やご助言をいただいた。

なお、最終発表会における7グループの演題は、次の通りである。

【活用事例報告部門】

「明日海りおさんから見る雑誌毎の特徴」(Bグループ)

「東京オリンピック新追加種目の歴史・選手」(Cグループ)

「大宅壮一文庫で調べた～加賀見俊夫 2つの顔～」(Dグループ)

「ザテレビジョンで見る「VS 嵐」」(Eグループ)

「『Seventeen(セブンティーン)』に見られる10代女子のトレンド」(Fグループ)

【広報・PR方法提案部門】

「大宅壮一文庫 PR 企画」(Aグループ)

「ファッション誌を通じた大宅壮一文庫のPR企画提案」(Gグループ)

最後に、ご協力いただいた大宅壮一文庫のみなさま(特に、鴨志田さん、小林さん)には、ここに記して感謝申し上げます。

注

1) 石野正彦「PBL型授業についての概観」上越教育大学『平成28年度文部科学省委託総合的な教師力向上のための調査研究事業実施報告書:今日的な教育課題を解決するためのPBL型授業モデルの構築』、2017年、p.7

ファッション誌を通じた大宅壮一文庫のPR企画の提案

兼島結愛、新郷さやか、清水里恵（専修大学文学部ジャーナリズム学科2年）

1. はじめに

現状では、大宅壮一文庫の利用者は9割が記者の方であるということを知った。そこで、記者以外の多くの方々に大宅壮一文庫の存在や活用方法を知ってもらい、大宅壮一文庫を利用していただくにはどのようなアプローチが効果的か考えた。やはり、きっかけはどのようなものであろうと、一度利用して大宅壮一文庫の魅力や使い方を知っていただくことが一番効果的であるという結論に至った。

また、なぜ雑誌の中からファッションをテーマとして選んだのかというと、雑誌とファッションには人々の暮らしに密接した文化であるという共通点が存在し、テーマとして多くの人に親しみやすいのではないかと考えたからである。

2. 方法

テーマに取り組むにあたってのアプローチ方法として、私たちは実際に大宅壮一文庫に足を運び、データベースを利用して参考になりそうなファッション雑誌のバックナンバーを検索のうえ、記事を実際に閲覧して、情報収集を行った。

また、PR企画を提案するにあたっては自らの発想とともに、大宅壮一文庫で過去に行われたイベントの企画なども参考にさせていただいた。

3. 結果

私たちは大宅壮一文庫での調査により、ファッション雑誌には表紙を見るだけでその時代に何が流行したかが分かるという利点があることに気づいた。

そして具体的な調査結果として、1956年の『若い女性』はシックな装い、1970年の『装苑』は外国の服のように明るい柄が特徴的な服といったところから始まり、最近のファッション雑誌は異性からのモテを意識した赤文字系の『JJ』、個性を大切にされた青文字系の『Zipper』など、ファッションの多様化に沿って、ファッション雑誌も細分化していったことが分かった。また、多くの人を読むためにつくられた雑誌だからこそ、その時代の人々がどのようなものに興味を持ち、何を美しい、かわいいと思ったのかが容易く理解できるように作られているので、資料としての価値も高いということが理解できた。

このようなファッション雑誌の調査から得た情報をもとにした企画として、まず1つめに「ファッションのトレンド予想企画」を提案したい。この企画は、大宅壮一文庫の中でファッション雑誌を読みながら意見交換をするという内容である。1回あたり20～30人を目安としたイベントで、大宅壮一文庫の職員の方や実際にファッション雑誌の編集などに携わっている方にも話し合いに参加していただけたらより面白いイベントになるのではないかと考えている。この企画を提案した理由としては、ファッションの流行は時代背景に大きく影響を受けるといえるため、年代ごとのファッションをその当時の社会情勢などと見比べながら

多くの人で意見交換と分析ができれば面白いのではないかと考えたからである。

2つめに、「昔の型紙を使って服をつくってみよう」という企画を提案したい。この企画は、大宅壮一文庫に所蔵されている過去のファッション雑誌付録の洋服型紙を使って実際に服を作ってみるという企画である。1回あたり10人ほどを目安に、大宅壮一文庫に所蔵されている雑誌の付録型紙をお借りして印刷し、近くの公民館などでミシンや布を持ち寄って制作するという内容を考えている。戦後すぐの和服やもんぺなど、服は自ら仕立てるものであったという当時の価値観を体感できるのではないかと考えた。また、素材として不要な洋服の切れ端を使うことでイベントにかかるコストを軽減することや、短い時間で実寸大の洋服を作るのが困難な可能性も高いため型紙を縮小コピーして人形の洋服を作るといった代替案も考えている。「付録」という雑誌ならではの楽しみを再発見できる企画になるのではないかと考え、この企画の発案に至った。

3つめに、「昔と今のメイクを比較して、オリジナルのフリーマガジンを作ろう」という企画を提案したい。メイクもファッションの一部であり、時代によってメイクも大きく変化してきたことが歴代のファッション雑誌の記事から読み取ることができた。現在はナチュラルなメイクや鮮やかな赤やピンクの血色感を大切にしているのに対し、過去の雑誌記事を見るとパンダのような黒、グレーのアイシャドウやブルー、グリーンといったようなナチュラルとは程遠い色の口紅が流行していたといったことが分かった。このような変化を楽しみつつ歴代の雑誌を見比べながら、自分たちでも雑誌を作ってみるといった企画である。この企画は大宅壮一文庫に訪問した際、小学生が作ったフリーマガジンを目にして思いついた企画案である。自ら絵を描いたり、雑誌を読んで情報収集をしてフリーマガジンを作ること、雑誌というメディアにより親しみを持つ

てもらえるのではないかという考えに至った。

以上の3つが今回提案させていただく企画案である。

最後に、今回提案したイベントのPR方法として、ポスターを制作して東京の服飾専門学校や都内の中学校、高校、大学などに掲示させていただくことを考えている。また、オンライン上のPRも効果的であるので、大宅壮一文庫のホームページや、イベント専用のTwitterやインスタグラムのアカウントを開設して、是非活用したいと考えている。

4. おわりに

今回私たちのグループは大宅壮一文庫所蔵のファッション雑誌を利用して調査した内容をもとに、「ファッションのトレンド予想」、「昔の型紙を使って服を作ってみよう」、「昔と今のメイクを比較して、オリジナルのフリーマガジンを作ろう」という3つの企画を提案させていただいた。これらの企画が大宅壮一文庫の存在をさらに多くの人に知ってもらえるきっかけになれば幸いである。

私たち自身、今回の企画を考えるにあたって初めて大宅壮一文庫を訪問したが、想像をはるかに上回る資料の数と、雑誌の面白さに大変驚いた。今まで雑誌を読むという経験をあまりしてこなかったため、雑誌というメディアにとって当たり前なことでも、私たちにとっては新しい発見というものがとても多かったように感じた。これは私だけの特別な感覚ではなく、雑誌離れが進んでいる若い世代にとって共通の感覚であり、大宅壮一文庫を知らない、雑誌を読まない人たちなどにも、広く知ってもらいたいという気持ちが強くなった。

また、雑誌は専門性が高い情報も多く、テレビやSNSでは入手できないような情報が手に入れられるので、調査などではなく自分自身の興味のままに軽い気持ちで楽しむといった利用方法もできるのだなといったことも認識さ

せられた。

今回私たちは、多くの人に興味を持ってもらえると考えて「ファッション」というテーマを主軸にして企画を考えたが、2020年12月に開催された「多さ壮一文庫活用プロジェクト」の最終報告会のなかで参加者からいただいたご意見にあったように「ジャニーズ」や「アイドル」といったような、さらに若い世代が興味を持ちやすいテーマがあることに気づかされた。最終報告会での質疑応答を通して、目的を達成するためにもっと何が必要で効果的であるかというようなことを考えなければいけないと感じた。

<引用・参考雑誌一覧>

『若い女性』1956年1月号

『装苑』1970年7月号

『ViVi』1983年7月号

『non・no』1983年10月号

『an・an』1985年4月号

『Zipper』2006年1月号

『JJ』2006年4月号

コロナ禍における雑誌記事分析

専修大学 植村八潮ゼミナール 9 期生

小田佳織・宝井ちなみ・中村瑠那・西田奈央・長谷川さくら・山崎航

1. 研究目的と背景

2020 年は、新型コロナウイルス感染症（以下コロナ）の脅威にさらされる 1 年であった。

この未曾有の事態に対して、メディアは連日情報発信を続けてきたが、雑誌も例外ではなく日本での感染拡大以降、コロナに関連した様々な特集を組んでいる。

それを受け、私達は「感染者数の増加に伴って雑誌の記事数も増加したのか」「雑誌のジャンルによってコロナの扱い方に違いはあるのか」「記事内容に変化はあったのか」といった問を立てることとした。

そこで、本研究ではコロナに関する記事のタイトル及び内容を用いて、各ジャンルの雑誌がコロナをどのように扱っているのか、またそれがどのように変化したのかを明らかにし、その背景を考察することを目的とする。

2. 研究方法

本研究では、週刊誌 3 誌、月刊誌 3 誌の計 6 誌からコロナ関連記事を抽出し、それらのタイトルや内容を用いて分析・考察を行った。

研究対象誌は、『週刊文春』『女性セブン』『週刊トラベルジャーナル』の週刊誌 3 誌、『潮』『VERY』『月刊新医療』の月刊誌 3 誌である。これらの選定は、一般社団法人日本雑誌協会が公表している印刷部数を参考にし、各ジャンルにおいて 1 位（2020 年 4～6 月）のものを選定した。ただし、総合月刊誌 1 位は『文藝春秋』であったが、各誌異なる出版社を対象とし、多面的な視点を得ることを目的に 2 位の『潮』を選出した。『月刊新医療』、『週刊トラベルジャーナル』はコロナによって影響を大きく受けたと

考えられる旅行、医療業界雑誌から選出した。

調査期間は、厚生労働省がコロナについて初めて注意喚起した 2020 年 1 月から 10 月までとし、この期間を発売日としたものを対象とした。

分析方法は、①コロナ関連記事ページ数を用いた計量的な分析、②大宅壮一文庫雑誌記事索引を使用した質的分析、③KH Coder を使用した雑誌記事タイトルの計量テキスト分析の 3 つである。これらは、都立多摩図書館にて実際に確認した各本誌のコロナ関連記事のページ数、タイトル、内容をもとに行っている。

3. 調査結果

(1) コロナ関連記事ページ数を用いた計量分析

各誌のコロナ関連記事ページ数の推移を比較したところ、週刊誌である『週刊文春』や『女性セブン』は 1 月からいち早くコロナを話題とした記事を掲載していた。また、月刊誌がコロナを話題にし始めたのは、3 月発売号の『潮』からであり、6 誌すべてがコロナに関する話題を掲載し始めたのは 5 月からである。しかし、6 月・7 月は 6 誌すべてが関連記事を掲載することはなく、8 月以降に改めて 6 誌すべてにコロナ関連記事が確認された。

以上の結果をもとに、国内のコロナ感染者数の推移と比較したところ、コロナ感染者数が爆発的に増えた第一波（2020 年 1 月 16 日から同年 5 月 31 日）では、関連記事ページ数が比例するように増加しており、正の相関関係がみられた。一方で、第二波（2020 年 6 月 1 日から同年 8 月 31 日）では、顕著な増減は見られなかった。

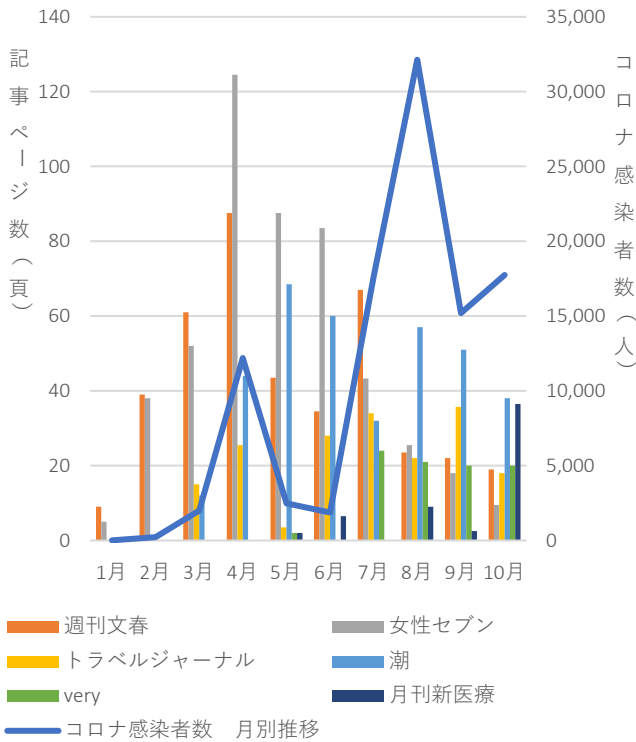


図1 雑誌記事ページ数とコロナ感染者数の推移(月別)

(2) 大宅壮一文庫雑誌記事索引による質的分析

各誌の内容を分析し、大宅壮一文庫 HP に掲載されている件名項目体系に当てはめたところ、最も多いジャンルは「科学」であり、続いて「世相」、「趣味・レジャー」、「政治・その他」の順となった。「科学」には、病院や医者といった項目が含まれているため、当然の結果だといえる。また、「趣味・レジャー」が多かった背景には、対象誌に『週刊トラベルジャーナル』が含まれており、また他誌にも「Go To トラベル」や「趣味」に関する記事が散見されたことがあげられる。

そのほかの「世相」、「政治・その他」については、対象誌の特色が現れる結果であった。『女性セブン』や『VERY』のように、主な読者層を女性に絞っている雑誌記事では、美容や食一般といった項目が含まれる「世相」ジャンルの記事が他誌に比べ、多い傾向が見られた。「政治・その他」については、総合週刊誌である『週刊文春』と論壇誌である『潮』のみが多い結果となった。

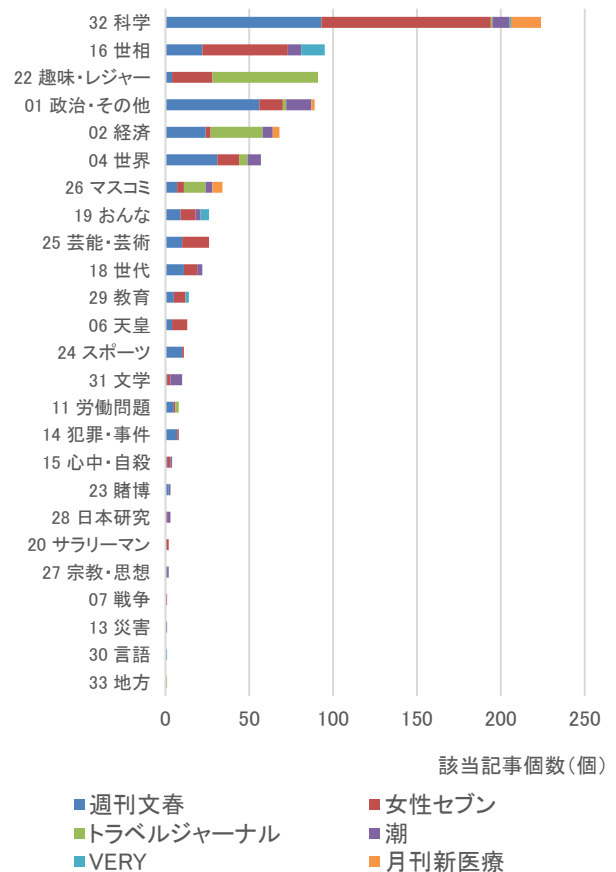


図2 各誌ジャンル 積み上げグラフ

(分類記号が複数付いた記事もあるため、図の数値は記事総数とは合致していない)

(3) 雑誌記事タイトルの計量テキスト分析

KH Coder を使用し、記事タイトルの頻出単語を雑誌ごとに比較すると 6 誌全ての雑誌で当然ながら「コロナ」が最も出現していた。

表1 各誌記事タイトル頻出語 上位5位まで

	週刊文春	女性セブン	トラベルジャーナル	潮	VERY	月刊新医療
1位	コロナ	コロナ	コロナ	コロナ	コロナ	コロナ
2位	感染	マスク	特集	感染	マスク	病院
3位	安倍	新型	旅行	新型	オンライン	感染
4位	マスク	感染	観光	ウイルス	ママ	新型
5位	検査	生活	旅	鎌田	今	医療

2 位以下に目を向けると、『女性セブン』と『VERY』といった女性を読者層としている 2 誌

のみ、「マスク」が2位という結果になった。これら2誌におけるマスクは、「マスクメイク」や「マスクの作り方」といった美容や趣味に関する文脈で使用されていたが、同じく上位に「マスク」が入っている『週刊文春』では、「アベノマスク」や「正しいマスク使用法」といった政治・科学的文脈で使用されており、異なる文脈で使用されていることが明らかになった。また、『週刊文春』のみ「安倍」という語句が上位に入っていることから、コロナ政策に関する記事が多いことがわかる。

次に各誌のタイトルを、階層的クラスター分析を用いて、フレーム分類したところ各誌の特徴を確認することができた。『潮』や『月刊新医療』は寄稿記事が多いため「連載フレーム」が多く、『女性セブン』には唯一「皇室フレーム」が見られた。また、「東京五輪フレーム」、「安倍フレーム」は『週刊文春』のみに存在していた。

4. 結論と考察

感染者数とコロナ関連記事ページ数の増減に相関関係は見られなかった。当初に立てた問では「感染者数の増加と雑誌の記事数」に正の相関性があると仮定したが、負の相関性も含め、ないことがわかった。

第二波では、感染者数が第一波時の2倍以上増加しているにもかかわらず、各誌の関連記事ページ数のほとんどは、4月以降右肩下がりとなっていた。また、記事の内容もはじめは未知のウイルスであるコロナの正体を解説するような「コロナ主体」の記事が多数だったのに対し、徐々に「コロナを受け入れた上でどのように生活していくか」、「社会は今後どのように変化していくのか」といった「コロナの存在を前提とした」記事へと移行している。

これは、世間のコロナに対する関心や恐れが初期に比べて減少し、コロナに関する新たな情報を求めるというより、コロナに対応・順応するための情報が求められるようになったのではないかと考えられる。株式会社電通による調査

でも、コロナ流行初期よりも第二波の方が「コロナに順応・適応している」と回答する人が増加しており、生活者の情報ニーズの変化をみることができる。

また雑誌のジャンルによってコロナの扱いは異なっていることも明らかになった。分析①から、女性ファッション誌である『VERY』はコロナ関連記事の掲載が遅く、第一波後の5月からとなっていた。さらに分析③から『女性セブン』は「皇室」、『週刊文春』は「安倍政権」「東京五輪」について他紙よりも多く言及していた。このことから各誌が想定する読者ターゲットが得たい情報の違いによってコロナ記事への切り口は異なるということが分かった。

以上2点から、コロナ禍における雑誌は感染者数などのデータに基づいて単なる事実報道を行うのではなく、各誌読者層の興味・関心を読み取ったうえで、読者の生活や意識に合わせて記事の内容を変化させていると考えられる。

参考資料

1 一般社団法人日本雑誌協会 印刷部数公表

<https://www.j-magazine.or.jp/user/printed2/index>

(最終アクセス日：2021.1.28)

2 大宅壮一文庫 雑誌記事索引 件名項目体系

https://www.oya-bunko.or.jp/magazine/for_index/tabid/89/Default.aspx

(最終アクセス日：2021.1.28)

3 厚生労働省「COVID-19の致命率と重篤化リスク因子について」

<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000662183.pdf>

(最終アクセス日：2021.1.28)

4 電通、新型コロナウイルス日米定点生活者意識調査第10回目を実施

<https://www.dentsu.co.jp/news/sp/release/2020/1204-010305.html>

(最終アクセス日：2021.1.28)

文字表記のチカラ — 『anan』 表紙コピーなどを題材にして —

村田希実（専修大学文学部人文・ジャーナリズム学科）

1. 研究目的と背景

本研究は、日本語におけるひらがな・カタカナ・漢字の使い方や機能に注目し、これらを使い分けることによる「言葉の鮮やかさ」（＝言語表現が日常的使用法を超えた存在感を示す事象）の正体に迫ることを目的とした。

混合表記の成り立ちの歴史や、現在の標準的表記をまとめた内容ではあるが、先行研究ではあまりみられない「標準的表記を超えた表記方法」にアプローチすることで、三つの表記方法の存在理由をより明らかにできると考える。

日本語には正書法がなく、文化庁文化庁国語科の平成 29・30 年度の調査によると、「又は」より「または」、「できる」より「出来る」、「けが」より「ケガ」の方が良いと感じる人が多いという結果になっている。このような表記方法のゆれについては、日本語が「漢字片仮名交じり」なのか「平仮名漢字交じり」なのかという表記方法の歴史から混合表記について言及しているものが多くみられる。

変わりゆく表記方法の中で、現在は「常用漢字表」「現代仮名遣い」「送り仮名の付け方」「外来語の表記」という主に 4 つのガイドラインが文化庁より発表され、私たちはこれらに基づいて各表記を選択していることが多い。

しかし正書法がないために、これらのガイドラインを逸脱しても意味が伝わることもあるというのが日本語の魅力だと考える。特に、雑誌『anan』の表紙には、本来ならば漢字で書くところをあえてカタカナで表記しているものが多くみられる。あえてカタカナ表記を選択しているものなどを題材に、標準的表記を超えた表記方法を調査することで「言葉の鮮やかさ」の

正体に迫った。

2. 研究方法

先行研究を基に漢字・ひらがな・カタカナの歴史をまとめた。また文化庁のガイドラインを基に現代日本語表記方法をまとめ、現在の用法を明らかにした。そして、雑誌『anan』の表紙コピー、朝日新聞の記事、書籍出版物の書名、歌詞検索サイト Uta-Net では発売された歌詞を対象に、2011 年～2020 年の 10 年間における標準的表記を超えた表記方法について調査した。

『anan』はマガジンハウスの HP より 2011 年 1 月 4 日号から 2020 年 12 月 25 日号までのバックナンバー 493 誌を調査し、対象の表紙コピーをピックアップした。朝日新聞の記事は聞蔵Ⅱにて「カラダ／身体」「キレイ／綺麗」「ヒミツ／秘密」を検索エンジンに入れて調査し、記事数を調べた。書籍については NDL ONLINE（国会国立図書館オンライン）で先述の各 3 単語を検索エンジンに入れ、書籍数を調査した。そして、Uta-Net では 10 年の間に発売された CD・アルバムの曲の歌詞を対象に、先ほどと同様に各 3 単語を検索エンジンに入れ、その件数を調査した。

3. 調査結果

歴史を簡単に整理すると、先述のように二つの考え方が登場する。一つは漢文を背景とする「漢字片仮名交じり」だ。これは中国語漢文に起因し、漢字のみで書くことを起点として、書けない言語要素を必要最低限カタカナで表そうとしているものである。なお漢文を読み下す場

合に送り仮名はカタカナが用いられたが、漢文を相手にしない場合、送り仮名はひらがなで書かれる方が一般的である。二つ目は和文を背景にしている「平仮名漢字交じり」。日本語（和文）を文字にしようとするところに起因し、ひらがなで書くことを起点として、そこに漢字を交えていったという書きかただ。

両者の大きな違いは仮名の捉え方にある。前者は、「漢字で書けない部分をひらがなで書く」という見方。したがって、漢字で書ける部分はなるべく漢字で書こうというものである。ひらがなを漢字の付随的な文字と捉え、付属部分として、概念部分を補助する働きに使われる。漢字との相互関係を考えると、非概念的部分に使われることが多い。後者は、漢字とひらがなはそれぞれ役割を持っていて、その役割に応じた部分を分担するという考え方である。ひらがなと漢字を同等の立場として捉え、特に表音文字ならではの表記手段として役割を担っていると捉えるものだ。

次に、歴史背景を頭に入れつつ現代表記のガイドラインに注目する。先述のように、現代日本語には4つのガイドラインが存在する。4つともが、法令、公用文書、新聞、雑誌、放送などの一般の社会生活の範囲内でのみ適応されるものであり、各種専門分野や個々人の表記には適応されないということがわかる。

そして次に、標準的表記を超えた表記を調査した。『anan』の表紙コピーにおいて、対象となるものをピックアップし、表にまとめた。以下抜粋である。

発売日	表紙コピー
2011/03/09	オトノカラダ
2011/02/23	ヒミツの美白術
2012/02/01	台湾でキレイになる！
2013/11/20	夢はゼッタイ叶う。
2014/03/26	そのカラダの悩み、解決します
2015/11/18	秋のモテコスメ大賞

2016/08/10	S E Xでキレイになる。
2017/08/23	女子の流行モノ！
2018/11/14	カラダにいいもの大賞
2019/06/19	「モテる」の秘密
2020/09/16	言葉のチカラ。

以上 493 誌中、78 誌に標準的表記を超えた表記がみられた。また標準的表記と比べた割合を集計すると、カラダ・モテ・キレイなどは100%の割合でカタカナ表記、オトコは 24%、ヒミツは20%の割合でカタカナ表記されていることがわかった。

その後、各媒体で「カラダ／身体」「キレイ／綺麗」「ヒミツ／秘密」の割合を調査した結果を以下にまとめた。

媒体	カラダ：身体（件数）	割合
新聞	367：14941	2%
書籍	5173：2133	70%
歌詞	1015：3723	21%

媒体	キレイ：綺麗（件数）	割合
新聞	1193：377	76%
書籍	1899：142	93%
歌詞	1358：5780	19%

媒体	ヒミツ：秘密（件数）	割合
新聞	277：15355	2%
書籍	5039：3804	57%
歌詞	250：3313	7%

4. 結論と考察

まず最初に、混合表記を私たちがどのように使い分けしているのかを考察したい。日本語の表記方法がいくつかの文字体系を混在させていることの意義は、それらの使い分けによって、ことばとことばの区切りを示し、ことばの種類

(外来語であるとか、一般語でないとか)の差異を示すことではないかと考察する。全部を漢字で書くことも、ひらがなで書くことも、カタカナで書くこともできる選択肢を持つ中で、私たちは読みやすさのために常に三つの混合表記を選択しているのではないか。

加え、表記方法によってそのものの「ステイタス」が決定しているのではないかと私は推測する。つまり受け取り側の理解だ。表記方法における先入観ともいえるかもしれない。

例えば「コンピューター」という言葉を例にあげる。これは外来語なのでカタカナで書くのが標準的表記だ。しかし裏を返せば、カタカナで書いてあるからこそ外来語っぽいとも言える。こうした事情を示す極端な反例が「天ぷら」である。天ぷらは室町時代にポルトガルから伝わったとされ、語源はポルトガル語の「temporas」である。しかし漢字やひらがなでの表記が定着したため、これが外来語だとは気づきにくい。もし「テンプラ」表記が定着していたら、外国の食べ物として「ハンバーガー」や「フライドポテト」に並ぶように認知されることとなっていたかもしれない。

また調査した『anan』においては10年間で28回と登場数が最も多く、かつカタカナ表記100%である「カラダ」に注目したい。「身体」「体」と表記ができるなかで、「カラダ」を選択している理由を2つ考察する。1つは概念や大枠を表したいからではないか。高頻度の企画である「カラダにいいもの大賞」の企画では、「身体にいいもの」＝「健康」というわけではない。メンタル、ダイエット、ストレス対策、風水など、物理的な身体を超えた話題を扱っている。それらを含めようとした際、表記も「身体」という標準的表記を超えているのではないか。カタカナ表記することによって、新たな語義を追加しているともいえるかもしれない。

そして2つ目は、「一般社会の範囲内」を超えた使い方だ。「オンナノカラダ」などにみるように、少し性的なニュアンスを含ませたい時

にカタカナを用いているのではないか。R-18という規制があるように、一般的な「身体」という範囲内より、セクシャルな雰囲気にした際にカタカナを用いているのではないかと考察する。

次に朝日新聞。新聞は予想通り、標準的表記が圧倒的に多い。「身体障害者」や「特定秘密保護法」など、社会的なワードを多く取り扱うのも要因の一つであろう。そんな中で、キレイのカタカナ表記率が76%である。これはビジュアが「黒く」ならないための工夫だろう。詳しく記事を見ると、意味合いによって表記を変えている可能性も指摘できる。「綺麗な景色」などの「美しさ」を表す際には漢字、「キレイな手」などの「清潔さ」を表したい場合にはカタカナを用いているケースがみられた。

書籍に関してはどれも非標準的表記が優勢である。本の種類は様々で、先述の新聞のようにジャーナリズム的なテーマを扱うものもあれば、読んで楽しいライトノベルなども多くある。現代の表記方法のなかで、出版物の結果が、ジャンルにとらわれず、平均的な世間一般の感覚を反映しているように思う。

歌詞は雑誌のように文化的でポップな印象があるため、カタカナ表記が上回るのではと考えていたが、どれも標準的表記が上回った。このような結果になった要因は、音楽は聴覚的な要素が強い日本語だからではないだろうかと考える。聞いて意味を理解する日本語であるため、歌詞カードをわかりやすくしたり、目立たせたりする工夫はあまりみられないのだろう。また歌詞カードが読まれる際には、内容の理解を助けるべく、字義の分かりやすい漢字が選択されているのではないかと考察する。

今回は漢字→カタカナ表記の部分に注目したが、これに限ることはない。あえてひらがなで書く、あえて漢字で書いた方が鮮やかに思える場合もあるだろう。つまり標準から逸脱することで「鮮やかさ」が成立するというメカニズムが存在するのではないかと考察する。

そして最後に、言葉の鮮やかさの正体に迫りたい。それは、三つの表記方法が並列するからこそ、選択の幅の自由であると私は考える。言語における横の関係による「価値」や「差異」に言及する部分だ。例えば、ネコは単体で存在しているのではなく、イヌがあるからこそネコがあって、ネコがあるからこそイヌがある。これらの差異に、お互いの価値を見出しているのだという考え方である。私は、この考え方を表記方法に応用したい。

標準的表記はあるものの、正書法はない中で、私たちは常に三枚のカードを持っている。私たちは、これらの成り立ちや用法が異なることを自覚し、これら三つの差異に価値を見出して使用しているのではないか。新聞が「ヒミツ」を「秘密」と書くのは、カタカナで書くと目立ってしまうことを知っているからだ。「ひみつ」では字義が伝わりにくく、読みにくいことも知っているからである。表記方法は横のつながりで連帯している。もし全部をカタカナで書いていたら、今日のようなカタカナの魅力はないだろう。「ひみつ」「ヒミツ」「秘密」は同じ意味でありつつも、その表記の「差異」によって様々な「価値」を見出している。これを存分に発揮することができる選択の幅の自由度こそが、鮮やかさの正体なのではないかと考える。

注・文献

- ・澤井啓一(2010),「訓読から『辺境』を考える」,勉誠出版
- ・成田徹男・榊原浩之(2004),「現代日本語の表記体系と表記戦略—カタカナの使い方と変化—」,名古屋市立大学大学院人間文化研究科人間文化研究
- ・今野真二(2017),『漢字とカタカナとひらがな—日本語表記の歴史』,平凡社
- ・佐竹英雄(1984),『日本語の働き 講座:日本語の表現(2)』,文字の性質と使い方—平仮名・片仮名・句読点の役割と用法—,筑摩書房

・ジャック・ラカン(1987),『精神病(上)』,岩波書店

・フェルディナン・ド・ソシュール(1972),『一般言語学講義』,岩波書店

・昭和産業 天ぷらの歴史

<https://www.showa-sangyo.co.jp/enjoy/encyclopedia/01/> (最終アクセス日:2021/01/27)

・文化庁 国語施策・日本語教育 内閣告示・内閣訓令

https://www.bunka.go.jp/kokugo_nihongo/sisaku/joho/joho/kijun/naikaku/index.html (最終アクセス日:2021/01/27)

・goo 辞書

<https://dictionary.goo.ne.jp/word/%E9%AE%A E%E3%82%84%E3%81%8B/> (最終アクセス日:2021/01/27)

・マガジンハウス anan Backnumber

<https://magazineworld.jp/anan/back/> (最終アクセス日:2021/01/27)

・聞蔵Ⅱ ビジュアル

・NDL ONLINE (国会国立図書館オンライン)

・歌詞検索サービス 歌ネット

<https://www.uta-net.com/> (最終アクセス日:2021/01/27)

絵本の中の父親と母親の描かれ方

- 月刊絵本『こどものとも』に見られる性別役割分業観と社会的背景との関わり -

上地由起（専修大学文学部人文・ジャーナリズム学科）

1. 研究目的と背景

月刊絵本「こどものとも」創刊(1956.4)から現在(2020.3)までの作品を調査対象とし、文章と挿絵の両面より父親・母親が社会環境の変化によってどのように捉えられてきたのかを明らかにすることを目的とした。

先行研究では、明かされていない父親と母親の具体的な役割内容や傾向について7つの分析を行い、父親・母親の性別役割分業を検証することで「父親らしさ・母親らしさ」を作り出している要素と、社会環境の変化によって変わる新たな父親像・母親像を明確にする。

2. 研究方法

月刊絵本「こどものとも」創刊(1956.4)から現在(2020.3)までの768冊を調査対象とし、国際子ども図書館および東京都小金井市立図書館に所蔵されている絵本を実際に読み、父親・母親が登場する253冊の文章と挿絵の両面からアプローチした。調査は2020年8月中旬から9月下旬にかけて実施した。分析の視点は、(1)父親と母親の役割、(2)役割内容の詳細、(3)性別役割分業の推移、(4)社会環境の変化と父親像・母親像、(5)作者の性差による父親と母親の描かれ方の違い、(6)挿絵に現れる父親と母親のイメージ、(7)ロングセラー作家による父親像・母親像の描かれ方、の7点である。

3. 調査内容・結果

(1) 父親と母親の役割

父親が登場する作品は121冊、母親が登場する作品は215冊である。絵本に登場する父親・母親の役割に注目し、A=家事・子育て、

B=家庭内におけるA以外の作業、C=仕事(生活費を稼ぐ)、の3項目に分類した。(図1)

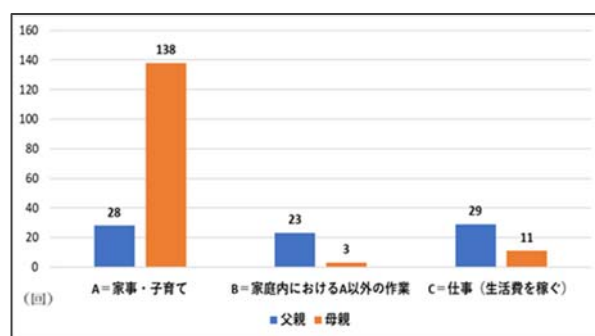


図1 父親と母親が役割を担う場面の回数

父親は家事・子育て以外の作業を担当し、仕事をするイメージが強く、母親は家事・子育てを担当する、性別役割分業観が絵本に現れている。

(2) 役割内容の詳細

(1)の父親と母親の役割A,B,Cをさらに細分化し、①家事、②世話、③教育・しつけ、④あそび、⑤DIY、⑥働く、の6項目に分類した。(図2)

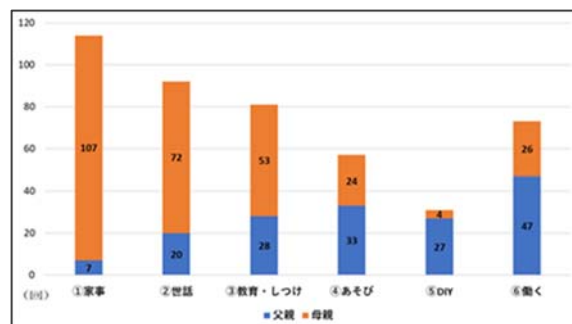


図2 父親と母親の役割分業

父親が役割を担う際は、家事以外は万遍なくほぼ同じ割合で役割を担っており、その中でも働く姿が多く見られた。また、風呂に入れる、遊

びに連れて行くなどの楽しい子育てや、モノづくりや修理をする DIY は、父親が担当する役割として描かれている。一方、母親は、家事、世話、教育・しつけなど、子どもとの関わりが多い役割を担い、家の中で子どもと過ごす場面が描かれる傾向にある。

(3) 性別役割分業の推移

(2)の役割内容の詳細をもとに、創刊 1956 年 4 月から 2019 年 3 月までを年代ごとに区切り、7 区分に分けて性別役割分業の推移を表した。図 3 は、③教育・しつけの場面数の推移である。なお、2020 年 1 月から 3 月までの 3 作品は、父親または母親が登場しなかったため、年代区分は 2019 年までとする。行政による男性を含めた働き方の見直し、父親の育児支援が求められた 1990 年代以降、父親が子どもに教育・しつけをする場面が増え、母親との差は小さくなってきている。

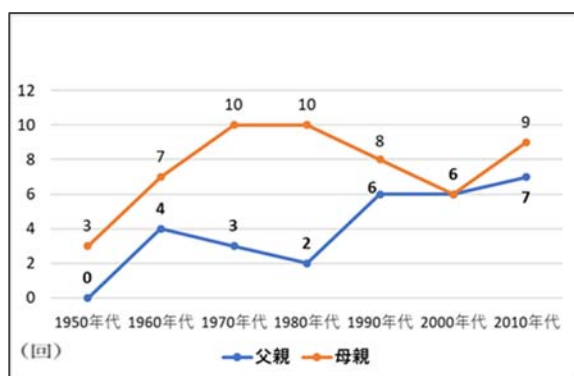


図 3 ③教育・しつけ(1950 年代~2010 年代)

(4) 社会環境の変化と父親像・母親像

作品の内容に注目し、社会環境の変化によって父親・母親の描かれ方がどのように変化してきたのかを見る。

国際婦人年が制定されてから 8 年、1985 年に男女雇用機会均等法が施行される 2 年前に出版された、『いってらっしゃーい いってきまーす』では、朝、父親が娘を保育園に自転車で送り、帰りは仕事帰りの母親が迎えに行く姿が描かれている。従来の「男は仕事、女は家庭」

という性別役割分業観を覆す作品が初めて登場した。1980 年代の作品では、母親が雇用形態の仕事をし、父親が子どもの子育てに関わる場面が見られた。

男女共同参画室が設置、「今後の子育て支援のための基本的方向について」エンゼルプランが策定された 1994 年に出版された『おやすみなおちゃん』では、母親が赤ちゃんの子守りをしている間、父親がアイロンがけをしたり、長女を風呂に入れて一緒に遊んだりする姿が描かれている。(写真 1)

夫婦で家事・育児を分担するような男女共同参画社会をつくりあげていくための環境づくりが見直され始めた 1990 年代以降、父親が子どもの教育・しつけに積極的に関わったり、肩車や抱っこで愛情表現を示したり、子どもとのスキンシップを大切にする新たな父親像が現れた。



写真 1 『おやすみなおちゃん』

2015 年、女性活躍推進法が成立した翌年に出版された『あめのひのかえりみち』では、1989 年以来となる、通勤する母親が登場した。母親が保育園のお迎えに急いでやって来る様子や、雨の帰り道にはしゃぐ息子たちに早く帰るように急かす場面が描かれており、限られた時間の中で、仕事と子育てを両立する母親の姿が見られた。また、2010 年代以降、自分の趣味に時間を費やし、リフレッシュする新たな母親像が現れた。

(5) 作者の性差による父親と母親の描かれ方の違い

男性作者(83 冊)・女性作者(170 冊)が描く母親の登場率は、ともに 8 割以上であり、父親よ

り多い。また、父親・母親の役割分業における作者の性差の違いはほぼ見られない。父親が働く作品に注目すると、父親が帰宅すると喜ぶ子どもを描写するのは、多数が女性作者であった。

(6) 挿絵に現れる父親と母親のイメージ

父親は、いつの時代もスーツ・メガネ・髭・酒を飲む姿が見られ、1980年代まで父親の特徴であったタバコの挿絵が1990年代以降、一度も登場しなくなる。一方、母親はどの年代においてもエプロンとスカートの着用率が高く、1960年にはじめて母親がズボンを着用する挿絵が登場し、1970年代以降、増加傾向にある。

(7) ロングセラー作家にみる父親像と母親像の描かれ方

加古里子の『だるまちゃん』シリーズ(1967年から2003年の6作品)を例に、長年に渡って描かれているシリーズ作品が、時代の変化とともにどのような父親像・母親像を映し出しているのかを検証したところ、月刊絵本「こどものとも」64年間の父親像・母親像と類似した結果が現れた。



写真2 『だるまちゃんとてんぐちゃん』

4. 結論と考察

日本社会で1980年代に女性の社会進出が進み、共働き世帯が増えたことで家事・子育てをする母親の負担を減らそうと、1990年代から行政による男性の働き方の見直しや、父親の育児支援が行われた社会的背景が作品にも影響され、月刊絵本「こどものとも」に登場する父親が以前に比べて育児に協力的になったと考えられる。また、2010年代の作品では、家事と育

児で忙しく描写される傾向にあった母親が、自分の趣味に時間を費やすなど新しい姿を見せたことも、父親の育児協力の意識が高まったからだと推察できる。タバコの挿絵が父親のイメージとしてなくなったことや、母親のズボンスタイルが定着していった背景には、1986年厚生労働省による「喫煙と健康問題に関する報告書」が取りまとめられたことや、1970年代、女性解放運動によってズボンスタイルが女性の平等にむけた指標となったことが挙げられ、挿絵においても社会環境の変化にともない、父親・母親のイメージを作り出していることが分かる。また、父親像・母親像の描かれ方は、作者の性差に関係なく、子どもと母親の結びつきは大きいといえる。ロングセラー作家による『だるまちゃん』シリーズでの父親像・母親像の分析より、どの時代も変わらない父親像・母親像が存在する一方、社会をとりまく環境の変化によって変わる父親・母親の姿から、これまでの月刊絵本「こどものとも」全体の研究結果をより深めることができ、明らかにすることができた。

参考文献

- 1 伊藤美佳「月刊絵本『こどものとも』にみる父親像・母親像」『ライフデザイン学研究』第13号、東洋大学ライフデザイン学部、2017年、p.31-47
- 2 齋藤万壽子『男の育児・女の育児』昭和堂、2008年
- 3 武田京子「『こどものとも』に表れた性差」『岩手大学教育学部附属教育実践研究指導センター研究紀要』第9号、1999年、p.51-61
- 4 神沢利子作・林明子絵『いってらっしゃーい いってきまーす』通号328、福音館書店、1983年7月
- 5 安江リエ作・垂石眞子絵『おやすみ なおちゃん』通号457、福音館書店、1994年4月
- 6 岩井真木作・五十嵐大介絵『あめのひのかえりみち』通号726、福音館書店、2016年9月