

(要約版)

週刊誌にみる近現代のたばこ表現の考察

助成研究者 茨木正治 ((東京情報大学) マス・メディア論)

共同研究者 中村 健 ((大阪市立大学) 大衆文学)

1. 目的

本研究の目的は、週刊誌メディアにおける日本近現代社会のたばこ受容の様相を明らかにすることにある。メディアによる情報受容は、受け手の情報環境に左右されることが知られている。広告・宣伝におけるたばこの研究はすでに多くなされてきているが、それらを時系列的に見ても、送り手の意識の変遷の理解にとどまり、受け手のたばこ受容を間接的にしか実証していない。受け手がたばこを受容する環境を理解することによってより受容の実相に迫ることができる。その手がかりとして、大衆文化の受容器とも称された週刊誌の諸情報に着目する。具体的には、本研究では、戦前から大衆文芸および文化の中心とされていた週刊誌『サンデー毎日』(大正 11 年創刊)に掲載された小説、記事、論説、写真、漫画といったテキスト内情報におけるたばこ描写・表現と、掲載された広告およびたばこ広告を内容分析し、比較および相互連関を通じて、読者のたばこ受容環境を推論する。

2. 方法

2-1. 分析テーマの明確化

研究目的に記したように、1世紀近く刊行されている週刊誌に、たばこ表現(たばこそのものとたばこに関連した事象、人間の行為の総称を本研究では称する)がどのように描かれ、変化してきたかを広告と記事(文字)・写真や漫画など画像、の3つの分野から探る。上記3つの要素が相互連関して、たばこ受容環境を構成してきたことを仮説とする。

2-2. 分析単位とカテゴリーの決定

『サンデー毎日』における記事表現、連載小説、コラム、論説、写真・絵画・マンガ、広告を分析単位とする。分析カテゴリー(測定方法)として、①質的分析と②量的分析に分ける。①質的分析では、文字表現には、テキスト分析を、特に語りを中心とした物語構造分析など(小説の展開の中でたばこおよびタバコをのむ行為がどのように使われているか)を用いる。画像にはレトリック分析と図像学分析を、広告と活字、画像の相互作用にはモダリティ分析を用いる。②量的分析には、まず、個別の分析単位(個々の記事、小説、コラムなど)ごとのたばこ表現の出現頻度、面積の測定、

などを行い、ついで週刊誌の中の情報の内容分類（山川の分類）に基づいて、項目ごとの傾向を見ていった。

3. 結果

3-1. 戦前編

『サンデー毎日』誌面における煙草記事の分析結果をより明確なものにするために、酒、茶、珈琲といった嗜好品の記事を集め比較し分析した結果、以下の知見を得た。

- ・文芸記事における描写や挿絵、カット、コマ絵に出てくる意味は、「リラックス」「気分転換」など嗜好品と同様なもので、誌面やストーリー展開におけるリラックス、気分転換効果を有している。また、登場回数は現代小説には多く、時代小説には少なかった。
- ・実用記事において、煙草は酒や茶といった嗜好品に比べて日本文化とのつながりうすいため記事のバリエーションが狭い。一方で、読者は煙草の箱に関しては強い関心をもっていた。
- ・健康の視点からは禁煙、喫煙は混在するが、医学、女性、家庭の視点からは禁煙の度合いが強くなる。
- ・創刊から7年間において煙草の広告は見つけられなかった。

このように、当時においてタバコの記事は誌面上でも「ちょっと一服」の嗜好品として扱いをされていた、といえる。

3-2. 戦後編

極めて直近の雑誌広告、マンガにおいて、たばこ表象が見られない時期があった。また、この空白期間を境にして、広告は商品そのものから、ドラマ仕立てによる送り手と受け手の「世界観」共有を狙うイメージ広告に変化した。マンガにおいては、たばこを享受する背景としての認識が限定されたものになってきている傾向が見られた。

このような、メディア内容の変化だけでなく、メディア組織（出版社）と広告主との関係の変化、雑誌（週刊誌）自体の変化（特定読者層を対象とする「セグメント化」が発行部数の減少により、一般大衆誌にも浸透しつつあること）なども推測された。

たばこ表象の領域の限定は、読者のたばこ受容の領域の「島宇宙」化とも見ることが出来る。それについては、以下の2点が考えられる。1) 戦前からの「たばこ文化」の脆弱性が経済成長とともに顕在化する。2) 女性の社会進出によってたばこ文化が男性文化として相対化されていく。

なお、TTM を使用した文字分析は、時間・労力の関係で割愛せざるを得なかった。戦前編においては、若干試みたが、適切な分析結果を得られなかったために、内容分析や意味分析にとどめた。画像分析を読み解くために、当該画像と関連した記事・論説・文芸作品についての文字情報の分析をする際の手がかりとして今後の課題としたい。