

〈第118回 国際ARCセミナー(高橋千晶氏)レビュー〉

懸賞と写真:雑誌と読者の共同体

山本 睦月(立命館大学大学院文学研究科)

E-mail gr0517fi@ed.ritsumei.ac.jp

1. 概要

本稿は、2023 年 5 月 24 日に行われた「第 118 回国際 ARC セミナー」における高橋千晶氏¹⁾(以下敬称略す)の講演について報告するものである。本講演では、近代の日本の雑誌メディアにおいて懸賞という行為に写真がどのように関わっていたのかについて探るべく、婦人雑誌と写真の専門的な雑誌を事例として紹介された。講演では懸賞という行為が近代日本においてどのような意味を持っていたのか、また懸賞という行為を通してそのなかで読者の共同体がどのように構成されたのかという2点に着目した考察が述べられた。以下、その内容に従って紹介する。

2. 婦人雑誌と懸賞写真

本講演では、明治後半から昭和初期にかけて雑誌の創刊が相次いだ「雑誌の時代」に着目し、なかでもはじめに婦人雑誌である『婦人世界』²⁾が紹介された。ここでは『婦人世界』で行われた懸賞行為について、その懸賞写真の記事の傾向と雑誌が求めたものについて述べられた。

2-1. 雑誌の創刊と懸賞の時代

明治後半から昭和初期にかけては雑誌の創刊が相次ぎ、「雑誌の時代」となった。これは識字率が向上し、女性や子どもという新しい読者を獲得していったことだけが理由ではなく、雑誌そのものが世代ごとに細分化され、趣味が広がったことで専門的な分野を扱う雑誌も増えたためだと高橋は述べる。婦人雑誌も様々な出版社から創刊され、販売促進のために多数の戦術が用意された。その試みのひとつが懸賞というイベントであり、本講演では「雑誌の時代」は「懸賞の時代」とも捉えられるとした。

2-2. 『婦人世界』の懸賞行為

『婦人世界』とは、明治期から昭和期にかけて全 354 冊を刊行した婦人総合雑誌である。最盛期には 30 万部という当時では破格の部数を売り上げ、雑誌研究のなかでは時流を敏感に掴んで誌面に反映する手法に

優れているとされる³⁾。

記事の傾向としては、明治期では良妻賢母主義に基づく啓蒙的な記事が多く掲載され、大正期に入ると著名人のゴシップなどの通俗的な情報も取り入れた。

『婦人世界』での懸賞写真の募集は、1908 年から 1931 年までの 23 年間で計 26 回行われた。懸賞テーマは明治期と大正期から昭和期の時期で二分化されると高橋は考察する。

明治期に募集されたテーマは「愛らしい子どもを抱く母の写真」⁴⁾や「十人以上の子供とその父母の写真」⁵⁾など家族写真が多く、良妻賢母のイメージが求められたと高橋は推察する。また、懸賞で選出された写真には男性が洋服を身に纏っているなど出世をした家族写真が選ばれていたことから、明治期のスローガンのひとつである「立身出世」も懸賞のテーマにあったとも推察する。理想的な家庭像を懸賞写真のなか求めたのが明治期の懸賞行為の特徴であるとまとめられた。

対して、大正期から昭和初期にかけての懸賞写真のテーマは娯楽的な要素が強まることも高橋は指摘した。美人写真の募集⁶⁾やファッションに関する写真⁷⁾を使った懸賞なども同時期に行われる。

『婦人世界』の懸賞行為の傾向は、家庭や育児、美容など女性の私的領域に関係したテーマが好んで設定されており、またそのテーマの多くは読者である女性が自ら被写体として画面に登場することを前提としてまとめられた。この傾向から『婦人世界』の懸賞行為では、女性が女性イメージをみるときに生じる「覗き見」の視線と「同一化」する視線との二重構造を想起させると高橋は指摘する。雑誌の読者は掲載される理想的な女性の写真を男性的、あるいは家父長的な視線を内面化して「覗き見」る一方で、写真から学んだ特徴を模倣したと推察し、『婦人世界』の懸賞写真は「同一化」のための実践の場を用意したと捉えられるとした。

3. 懸賞の役割

高橋は新聞小説やポスター研究等の先行研究のうち懸賞行為についての記述に着目し、懸賞行為の役割を以下の3つに区分した。

①コンテンツ不足の解消:創刊したばかりの雑誌の

原稿・情報不足や同一記者が記事を執筆することによる内容の偏りの改善のために読者に情報を提供してもらうためのもの

②宣伝効果：高額な賞金を懸けることにより世間の注目を集めたり話題を提供したりするためのもの

③読者に交流の場を提供するため：読者と編集者の交流、読者同士の情報交換の場となるためのもの

以上の役割のうち、写真雑誌と読者の関係性を考察するうえでは、③が鍵となると言う。雑誌と読者の共同体という面においては、川村邦光や今田絵里花が少女雑誌において、読者らが「想像の共同体」を形成していたこと⁸⁾や、投稿欄の場において少女ネットワークが形成されていたこと⁹⁾を既に指摘している。高橋はこうした先行研究を踏まえ、アマチュア写真家を読者とする写真雑誌では、どのような共同体が育まれていたのかに着目し、懸賞という行為を検討していく。

4. 写真雑誌と懸賞写真

現在でも写真雑誌の多くは誌上で月例コンテストを開催し、アマチュア写真家の登竜門のような位置付けとして作品の投稿を募集している。そして入選作の多くはプロの写真家の批評が付され誌面に掲載される。この「投稿⇔批評」のやりとりは、読者と選者（編集者）との親密なコミュニティを形成していると高橋は指摘する。このやりとりがいつの時代から、どのような流れで形成されていったのかを戦前の写真雑誌の様々な取り組みを通じて検討していく。

4-1. 大正期創刊の写真雑誌の特徴

大正期創刊の写真雑誌を分析するうえでの着眼点のひとつに版元があると高橋は述べる。明治期の写真雑誌は写真材料商が母体であり、写真の機材や材料を宣伝する目的で雑誌が発行されていたことが推察される。対して大正期以降の写真雑誌は写真団体、出版社、新聞社が母体となり発行されており、写真に関する文化的な情報を含めた様々な情報が掲載されるようになったと言う。

このような写真団体と雑誌の関係は、以前までの写真団体の在り方に変容を迫ったと言う。明治期から続く写真団体の権威の多くは、会員同士が展示会や撮影会への直接参加を行うことが前提であったことに対し、大正期に雑誌が創刊されてからはバーチャルな空間での交流を行うことができるようになったからである。団体は地域に限定されず広範囲に会員を募ることが可能となり、購読者数の増大と会員数が直結するようになった。これらの事例は『白陽』¹⁰⁾の戦略からも明らかである。『白陽』は書籍店での委託販売を中止し会員頒布制を導入したことで会員は購読者であるという立場を鮮明にしたと高橋は考察する。この戦略により、日本光画芸術研究会は全国各地や台北・満州に亘る会員を取得することとなった。「会場諸氏の作品で大博覧

会を催すことも、競技会をやることも、読者相互の通信や親密を計ることも舞台が広いだけに得るところも面白みも多い」という白陽自身の言葉から、雑誌という場を共有する読者のネットワークの広がりによって団体が注目していたとも考察した。

また出版社や新聞社が版元となったために、作品制作の「自由」と「不偏不党」が編集方針として打ち出された。明治期の特定の写真材料商が母体となった雑誌の記事の偏りを払拭するためであると言う。『アサヒカメラ』¹¹⁾を事例に挙げ、連盟の機関誌としての在り方よりも一般に開かれた雑誌であるという印象を与えることが最優先されていたと言う。これは既存のアマチュア写真家を吸い上げると共に、新たな愛好家たちも誘引する戦略であると高橋は考察し、「不偏不党」の編集方針は読者を雑誌空間に取り込むだけでなく、読者間、「誌友」のネットワークの強化が行われたとまとめた。

4-2. 写真雑誌の懸賞行為

大正期創刊の写真雑誌の懸賞行為に関しては、読者と編集者のコミュニティと誌友のコミュニティに着目して事例が挙げられた。『カメラ』¹²⁾では創刊時の告知にて「初心者」向けを強調しながらも、実際には懸賞写真の批評を著名な画家が担当し、『アサヒカメラ』では懸賞写真の審査を五部門¹³⁾とし、特定の写真団体の系統に囚われることなく写真を自由に投稿できるシステムを採用した。どちらの事例からも、初心者を歓迎する姿勢が窺える。

また『カメラ』や『芸術写真研究』¹⁴⁾では懸賞写真に対しての批評が重要視された。これは地方にいて直接相談相手のいない読者を狙った戦略である。高橋は、当時の写真雑誌の読者たちは技術に対する情報だけでなく自身の作品に対する第三者の眼差しを欲したと推察し、価値観を共有する「誌友」の存在を求めること、写真という趣味を通じ文化的な営みに関わり満足感を得ることを懸賞行為によって行っていたと考察する。特に『芸術写真研究』の懸賞写真の募集では密着印画の提出が呼びかけられており、密着印画が公開されることは読者の制作意欲が刺激されるだけでなく、「誌友」としての連帯意識が強められたと推察する。

本講演では、近代の日本の雑誌メディアにおいて懸賞写真と懸賞行為が果たした役割について、特に読者と選者、あるいは読者間（誌友）のコミュニティ形成に関して言及された。近代の日本では様々な分野で懸賞という行為は行われてきたが、募集団体が応募された作品を囲い込むのではなく、雑誌というメディアを介して入選作品を元として応募者と選者、応募者間のコミュニティ形成を行っていたという考察は筆者にとって非常に興味深いものであった。また講演からは、懸賞行為だけでなく雑誌自身が近代日本のコミュニティ形成に深く関わったのではないかと考える。

[注]

- 1) 同志社大学文学部 嘱託講師
- 2) 婦人総合雑誌。1906年1月1日から1933年5月1日まで発行。第一巻一号から二八巻五号(以下未詳)全三五四冊。実業之日本社(昭和6年12月より婦人世界社)より発行。編集兼発行人は増田義一(発行元が代わり、山本三生、重彦)。定価十五銭(のち五十銭となり廃刊直前四十銭に値下げ)(『近代婦人雑誌目次総覧 第9巻(婦人世界)』より)
- 3) 中井良子解説「婦人世界」(『近代婦人雑誌目次総覧 第9巻(婦人世界)』より)
- 4) 1908年8月1日発行、3巻9号より
- 5) 1908年11月1日発行、3巻13号より
- 6) 1931年4月1日発行、26巻4号より
- 7) 1912年2月1日発行、7巻2号より
- 8) 『オトメの祈り 近代女性イメージの誕生』紀伊国屋書店、1993年より
- 9) 『「少女」の社会史』勁草書房、2007年より
- 10) 1922年より1926年まで発行。主幹は淵上白陽、発行元は白陽画集社。淵上白陽が結成した日本光画芸術協会は『白陽』を交流の場とした。
- 11) 1926年より1942年まで発行、1949年に復刊するが2020年7月より休刊。主幹は成沢玲川、発行元は朝日新聞社。全日本写真連盟の機関誌として出発した。
- 12) 1921年より1940年まで発行。主幹は高桑勝雄、発行元はアルス。
- 13) 五部門の担当は以下の通りである。
 - ①朝日新聞本社
 - ②秋山轍輔(東京写真研究会)
 - ③福原信三(写真芸術社)
 - ④米谷紅浪(浪華写真倶楽部)
 - ⑤淵上白陽(日本光画芸術協会)
 東京写真研究会、浪華写真クラブという伝統的な写真団体に加え、同時代に台頭した写真芸術社や日本光画芸術協会など新勢力も取り込み、「能ふ限り応募者の個性尊重に努めたること」という同誌の特色が喧伝された。
- 14) 1922年より発行。主幹は中島謙吉、発行元はアルス。

[参考文献]

- 立命館大学アート・リサーチセンター「第118回 国際ARCセミナー (Web 配信)」。活動報告。
<https://www.youtube.com/watch?v=cZ9VpJFoLfM>
 (閲覧日:2023年6月22日)