

雑誌『Myojo』における「ジャニーズ」イメージの受容 田島悠来

1 はじめに一問題提起と研究動機

雑誌『Myojo』（集英社）は、2012年10月号で創刊60周年を迎えた娯楽雑誌であり、半世紀以上もの間、「夢と希望の娯楽雑誌」をキャッチフレーズにしてメディア上で活躍する「スター/アイドル」¹ にフォーカスし続けている。では、どのような内容が、どのような人々（読者）に向けて提示されているのか。また、どのようなイメージが誌面に登場する「アイドル」に付与されているのであろうか。以上のような問題意識を持ち、雑誌『Myojo』を紐解いてみたいというのが、本研究の出発点である。

雑誌『明星』は、1952（昭和27）年に集英社から創刊され、1992年10月号から名称表記を『Myojo』に変更しながらも現在も刊行中の娯楽雑誌である。これまでの雑誌『明星/Myojo』² を巡る議論を鑑みると、それは、阪本（2002, 2003, 2008）が指摘しているように、同時期に人気を博した雑誌『平凡』（平凡出版、現マガジンハウス、1987年に休刊）とともに、戦後日本を代表する「大衆娯楽誌」として機能した1950年代、そして雑誌としての「第二の躍進期」となった1970年代、という大きく二つの分岐点が存在しており、特に後者では、それまで広く若者たち、中でも「働く男女」に読まれる「大衆娯楽誌」であった『明星』からより読者が細分化された「アイドル誌」へと様変わりしたという論点であった。また、橋本（2002）は、創刊号から2002年10月号までの『明星/Myojo』表紙の変遷を辿り、『明星/Myojo』50年間の概観をその表紙という観点から探っているが、そこで橋本は、概して、『明星/Myojo』をそれぞれ10年代ごとに特徴づけ、1990年代以降については、「男だけの『明星』」（90年代）、「ジャニーズ事務所の時代」（2000年代、但し2002年10月号まで）と特徴づけている。すなわち、橋本によれば、90年代以降の『Myojo』（の表紙）は、「女性アイドル」が排除された「男性アイドル」たちの世界であり、特にジャニーズ事務所に所属している「アイドル」（以下「ジャニーズ」）がその中心を担っている。³

そこで、以上のような先行研究を踏まえて、本稿では、橋本が言及してい

ない2002年11月号から2012年10月号までの『Myojo』に着目し、読者ページとグラビアページにおいて、「男性アイドル」たちがどのように描かれているのか、また、読者との交流を通じてどのように受容されているのかを探ることを第一の目的とする。ただし、メディア研究においては、そこで描かれているものがどういった意図によるものなのか、という送り手側の見解、同時に、受け手側の態度にも注意を払う必要がある。そこで、本稿では、筆者が『Myojo』の送り手側である編集者、編集長の安藤拓朗、副編集長の矢部正秋に行ったインタビュー⁴により、まず、送り手側のメッセージを補完する。また、雑誌としての『Myojo』が誰に読まれているのかということ、その読者像について考えてみると、「若い女性にウエイトを置いている」⁵という現在に至るまでの編集体制があり、『Myojo』の「男性アイドル」たちは、主に女性読者に向けて提示されていることになる。つまり、そこでのイメージは「女性の視線」に向けて形成されているものであると捉えられる。そこで、以上のことを念頭に置きながら、「男性アイドル」という存在を通しての男性イメージが女性に向けてメディアの中でどのように構築されているのかという点について、男性学（men's studies）の視座から論じていくことが本稿における第二の目的である。

これらのことを通して、男性の視線に向けて理想化されたイメージの幻影として機能しているという、これまで「女性アイドル」を対象としてなされてきた議論（小倉, 1989, p. 49）に対して、男性学の視点から新たに、「男性アイドル」についての論考を加えていくことが本研究の目指すところであり、ジェンダー研究としての意義であると考えたい。

2 先行研究とその検討

2.1 研究の視座

すでに述べてきたように、雑誌『明星/Myojo』に焦点を当てた研究は阪本、橋本などが挙げられるが、これまでの研究は、特に1950年代から1970年代としての『明星』ないし、その競合誌であった『平凡』を中心に行われており、『平凡』が休刊した1980年代終盤以降、特に2000年代以降の『Myojo』はほとんど着目されていない。確かに、『明星/Myojo』の雑誌メ

ディアとしての最盛期は、発行部数が常に100万部を超え、編集者や関係者からも「黄金の時代」であったと自負されている70年代であり、昨今の『Myojo』は、「出版不況」⁶の煽りを受けながら、全盛期に比べればメディア的価値の低下は否めず、掲載される「アイドル」の人気に発行部数が左右されがちな状況にある。⁷

しかし、前述の通り、創刊以来一貫して「スター/アイドル」を扱う雑誌として存在し続けている『Myojo』は、80年代以降「アイドル」を扱う「アイドル誌」の創刊が相次ぐ中⁸で、未だに「娯楽誌」「芸能誌」として一定のシェアを保ちながらある。⁹ また、後発の「アイドル誌」が「女性アイドル」や「男性アイドル」に特化した誌面作りを展開したのに対し、『Myojo』は創刊当初は、『平凡』とともに「広く働く男女の若者」に読まれていたという傾向を汲み取るように、90年代までは、その表紙を見るだけでも、男女の出現率は男性約6割、女性約4割という様相を呈しており、¹⁰「どちらかという若い女性にウェイトを置く」という創刊当初の編集者の方針を受け継ぐように、ジャンルとしてはある程度ジェンダー・ニュートラルな側面をはらみながら存在していたとも指摘できる。¹¹ また、橋本も述べているように、2000年代（2000年～2002年10月号）における『Myojo』は「男性アイドル」の中でも「ジャニーズ」に特化した雑誌となっており、そこで「男性アイドル」のイメージを探ることは、「ジャニーズ」がメディアの中でどのように描き出されているのかということを引き出すことにもつながるものである。

以上より、本研究は、第一に男性学の視点から「男性イメージ」を探る、第二に雑誌メディア研究として「女性雑誌」に単純に区分されていない雑誌でどのようなイメージ形成や読者との交流が行われているのかに焦点を当てる、第三に「ジャニーズ」のイメージが雑誌メディアというテキストの中でどのように構築されているのかということを探っていく、という三つの軸から分析・考察を行っていくこととし、次節以降で、①男性学についての理論的背景、②雑誌、特に女性雑誌研究におけるこれまでの議論、③「アイドル」、中でも「ジャニーズ」についてのこれまでの研究について、整理するとともにその課題を提示し、本稿における分析・考察につなげたい。

2.2 男性学についての理論的背景

男性学は、女性学や1970年代の女性解放運動に触発されて欧米において巻き起こった「マスキュリティ研究」(masculinity studies)の流れを受け、日本においては、1990年代以降に主に伊藤(1993, 1996など)らによって提唱された。伊藤は、男性は社会の中で構築された「男らしさ」という重い鎧から解放されるべきであるという「脱鎧論」を展開し、「男性学」は、「男性の視点から、この男性社会を批判的に解剖することを通じて、男性にとってより“人間らしい”生活を構想するための“実践的な学”」(伊藤, 1996, p. 130)と定義するとともに、「古い〈男らしさ〉からの解放がテーマ」(同p. 149)であると言及している。また、多賀(2001)は、男性研究のパースペクティブとして、男性を対象とした従来の研究は暗黙のうちに男性を人間と同一視していたことを反省し、男性を無性的な存在としてではなく、「ジェンダー化された存在」として捉える必要があると述べている。

以上のような男性学研究は、女性学を経験したからこそ起こった男性の側からの既存のジェンダー秩序に対する内省を含む異議申し立てであり、男女間の権力・利害関係に比較的無頓着であった男性側による従来の研究を見直し、現在の男性の在り方が何らかの問題をはらんでいるとの意識に支えられていると捉えている点が共通事項であると言える。

一方、ポピュラー文化という側面から「男性性」を論じた研究としては、宮台・辻・岡井(2009)が挙げられる。この中で岡井は、伊藤らの「脱鎧論」を踏まえながらも、「これまでの男性研究の対象が職場や家庭の性役割分業といった極めて限定された空間に偏ってきた」(p. 30)とさらなる問題提起を行い、ポピュラー文化から「男性性」を見るというアプローチの必要性や、更なる事例分析の蓄積を希求している。

最後に、「男性性」を巡るこれまでの議論としては、E・セジウィック(1985=2001)が重要であると考えられる。セジウィックは、18-19世紀の英国文学作品の中の男性の社会的な連帯、つまり、実際には男性のホモソーシャルな関係性に着目し、それは、「女性排除/女性蔑視(ミソジニー)」と「同性愛嫌悪(ホモフォビア)」を担保に形成されていると論述する。しかし、セジウィックは、男性のホモソーシャルな関係性とホモセクシュアルと

の間には明確な差は存在していないが、「女性のホモソーシャルな欲望は比較的なめらかな連続体をなしているのに対して、男性の場合、性的絆は非性的絆から完全に断ち切られている」(p. 35)と指摘し、だからこそ「同性愛的(ホモエロティック)なもの」を隠蔽するために、女性を利用し(婚姻関係を結び)異性愛者としての主体を確立するとし、レヴィ＝ストロースの「女性の交換」論を援用している。また、以上のセジュウィックの理論は、例えば、東(2003, 2006)などの「やおい」研究や宝塚研究といった日本のポピュラー文化研究において昨今応用を見ることができ、これらは「女性のホモソーシャルリティ」に言及したものである。

そこで、本研究においては、以上述べてきた男性学の理論的な背景や実証的な先行研究での考察を踏まえて、雑誌メディア『Myojo』の中で「男性アイドル」のイメージを探っていくことにより、日本におけるポピュラー文化の中で「男性性」を論じるという事例分析の蓄積に寄与していけるのではないかと考える。また、分析の際には、セジュウィックの論を参照し、「男性アイドル」同士の関係性とその描かれ方にも着目していく。

2.3 ジェンダー研究としての雑誌分析

雑誌というメディアは、受け手である読者層の属性(年齢/性別/嗜好)を予め顧慮しつつターゲット設定を行っており、その意味において、ジェンダー化されたものであると考えられる。それは、雑誌のジャンルとして、「女性雑誌」「男性雑誌」と規定されていることから指摘できることである。そこで、雑誌研究には、おのずとジェンダー研究としての側面がついて回る。現代の雑誌をジェンダー論的観点から分析した代表的なものとしては、「女性雑誌」を対象とした井上と女性雑誌研究会(1989)、諸橋(1993)や「男性雑誌」を対象としたメンズ・センター(2000)などが挙げられる。これらの研究は、「女性雑誌」「男性雑誌」と区分された雑誌の中でどのような女性、もしくは男性イメージが提示されているのかに焦点を当てたものであるが、これに対して、石田(2000)は、「ジャンルは、テキストが複数の意味の可能性を有しているのに対して、優先された読みを能率よく構造化し、再構築するのに役立つ」(p. 122)と述べ、「女性雑誌」「男性雑誌」と

いう雑誌のジャンル自体がジェンダー秩序の再構築に加担しているとする。しかし、すでに述べたように、『Myjo』は、「女性雑誌」としてカテゴリー化はされておらず、一見すると、ジェンダー化されていない雑誌メディアであり、これまで『Myjo』を筆頭に「アイドル誌」はジェンダー研究としての雑誌分析の俎上に乗せられていない。一方で、送り手側の見解や編集体制としては、「若い女性」に向けて提示されているものであるという状況にある以上、そこには、何を女性に向けて提示しているのかについて、ジェンダー研究として論じる余地が残されているのではないだろうか。

2.4「アイドル」及び「ジャニーズ」についての先行研究とその課題

「アイドル」に関する研究は様々な観点から行われているが、特に、ジェンダー化された対象として「アイドル」を論じたのは、小倉（1989）、小川（1991）、伊藤（1993）らの研究が挙げられる。しかし、いずれも考察の対象となっているのは「女性アイドル」であり、「男性アイドル」のジェンダーについては焦点が当たらない。

それに対して、「男性アイドル」の中でも、「ジャニーズ」はこれまで頻繁に研究対象となってきた。「ジャニーズ」とは前述のように、ジャニーズ事務所に所属する「男性アイドル」のことであるが、「ジャニーズ」とはそもそも喜多川擴（ジャニー北川）が1960年代に設立させた野球チームに端を発し、その後1962年に「ジャニーズ」というグループも結成された。1975年に株式会社となり、現在に至っているが、1980年代までは、女性のタレントも所属していたものの、現在は男性タレントのみ所属し、40代から10代まで幅広い「男性アイドル」が所属する。「ジャニーズ」の研究については、辻（2004など）、松本（2007）、龐（2010）、徳田（2010）らの研究のように、その多くが、「ジャニーズ」のファンとされる女性たち¹²の独特なコミュニケーションやコミュニティに注目し、聞き取り調査を行っており、「ファン研究」として論じたものであるため、具体的に分析対象メディアを選定し「ジャニーズ」のイメージ受容を探るという研究方法はとられていない。

そこで、本研究では、「女性アイドル」と同様に、「男性アイドル」は女性

にとって理想化された性イメージを付与されているのだろうか、という前述したような問いを設定し、分析対象として雑誌メディアである『Myojo』を選出し、「男性アイドル」の中でも「ジャニーズ」イメージがいかに構築されたのかについて次章以降で明らかにする。

3 『Myojo』の分析と考察

3.1 『Myojo』の概観

まずは、『Myojo』（2002年11月号～2012年10月号）の概観を確認する。

3.1.1 表紙にみるこの時期の『Myojo』

雑誌メディアに接する際には、表紙がその入り口となる。そこでまず、分析対象時期として設定した期間、すなわち、2002年11月号～2012年10月号までの『Myojo』の表紙に着目してみたい。以下表紙の登場者の男女比をTable1にした。¹³

Table1 『Myojo』表紙登場者の男女比
2002年11月号～2012年10月号

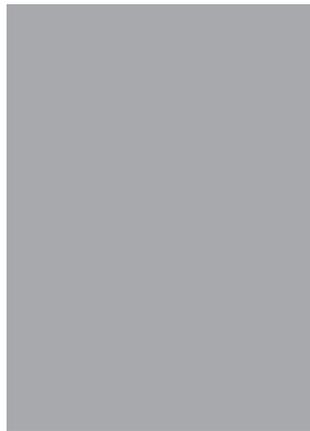
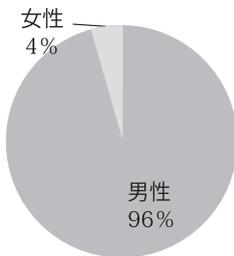


Figure1 2011年12月号表紙

これを見ると、全表紙登場者72人中、69人が男性であり、女性は3人のみしか登場しておらず、約96%が男性という比率になっている。また、さらにはそのうち「ジャニーズ」が占める割合が100%である。これらの結果

から、2002年以降の『Myojo』においても、橋本が指摘したように、その表紙を見る限りでは、「女性アイドル」が排除された「ジャニーズ」による「男性アイドル」だけの空間が形成されている。加えて、すべての号において2名以上の「ジャニーズ」が登場している。ここでは、ジェンダー論の観点からさらにどのような男性イメージがビジュアル・シンボルとして提示されたのかの考察を行うため、登場した「男性アイドル」の表情に目を向けてみた。すると、登場したほとんどの者が歯を見せて笑っており、中には、Figure1のように、口を大きく開けて笑っている者もいた。また、半身像が多くを占め、上半身裸の状態の男性が登場したのは7回のみであった。これらより、この時期の『Myojo』の表紙では、「ジャニーズ」の顔、中でも「笑顔」が強調され、彼らの身体にはあまり注意が払われてはいなかったと見ることができよう。また、この「笑顔」というのは、筆者が行ったインタビューによると、雑誌『明星/Myojo』の創刊から変わらないベース・アイコンであると言う。そして、編集長の安藤は、

僕らがやっているのは、子どもたちにとって「健全な娯楽」を届ける。だから僕らは絶対に裸なんか載せないしね。

と述べており、身体を強調していないということは、「健全な雑誌」を作るための編集者側の方針であると言える。

以上のことより、読者たちは、『Myojo』とは、いかなる雑誌であるのかということ、を、「ジャニーズの笑顔」によって把握することになる。ただし、雑誌の内容を表紙のみで判断することはもちろんできないため、次項以降で誌面について具体例を示しながら追記したい。

3.1.2 誌面をも占有する「ジャニーズ」

次に、『Myojo』の表紙以外の部分での「ジャニーズ」の占める割合がどれぐらいものであるのかについて言及する。誌面がどのような構成になっているのかを把握するため、各号の巻頭に掲載されている目次ページ（CONTENTS）に目を向けてみよう。

Table2 誌面に占める「ジャニーズ」コンテンツの割合

| 期間 | 「ジャニーズ」コンテンツの割合 (小数点第2位以下は省略) |
|-----------------|----------------------------------|
| 2002.11～2003.10 | 40.80% |
| 2003.11～2004.10 | 36.50% |
| 2004.11～2005.10 | 41.30% |
| 2005.11～2006.10 | 44.20% |
| 2006.11～2007.10 | 41.10% |
| 2007.11～2008.10 | 41.70% |
| 2008.11～2009.10 | 39.60% |
| 2009.11～2010.10 | 50.20% |
| 2010.11～2011.10 | 52.60% |
| 2011.11～2012.10 | 48.80% |
| 全体 | 43.60% |

Table2は、各号の目次ページにおける「ジャニーズ」コンテンツの割合¹⁴を10年ごとにカウントしたものである。全体では、「ジャニーズ」の割合は48.8%であり、特に、2010年頃を境にその半数以上がジャニーズのものになっている。¹⁵



Figure2 2006年1月号目次

例えば、Figure2は2006年1月号の目次であるが、この号では、58コンテンツ中27がジャニーズものであるが、誌面の前半ページに、図のように、

「ジャニーズページ（これ以外を「非ジャニーズページ」とする）」が集中しており、なおかつ、「ジャニーズ」の名称が太文字になっており、実際の「ジャニーズページ」が占める割合以上に、読者は、『Myojo』＝「ジャニーズの雑誌」という印象を強烈に与えられると考えられる。では、「非ジャニーズ」について見ていくと、この号では、タレントが単体で登場するページ22コンテンツのうち、10コンテンツがジャニーズ以外の男性タレント、9コンテンツが女性タレントについての特集ページとなっているが、ここで、ジャニーズ以外のタレントは、ほとんど単独で登場しているというもう一つの傾向が提示できる。この号においても、「斉藤祥太&慶太」に関する記事以外では、すべてのタレントたちが一人で特集記事のページの中に登場しており、なおかつ、「ジャニーズ」が巻頭グラビアページに多く登場しているのに比べ、「モノクロ・グラビア」と称されたページにそれ以外のタレントが集中するという向きもある。

以上の点からも、『Myojo』は、誌面においても、「ジャニーズ」の占める割合が高い雑誌であると見られる。

3.2 誌面での「ジャニーズ」イメージの受容

ここでは、さらに、『Myojo』誌面の中でも、読者ページとカラーグラビアページに焦点を絞り、分析を試みていく。なお、ここでの読者ページは、誌面に登場する「アイドル」のみならず編集者と読者との交流のために設置された巻末のあたりに設置されている1ページ以上のページを指している。また、カラーグラビアページを対象としたのは、先述したように、カラーページに「ジャニーズ」に関する記事が集中しているからである。以下、まずは、「読者ページ」について、次に、それグラビアページについての分析・考察を順に行っていくものとし、その際には、どのようなイメージが付与されているのか、また、読者とどのような交流をしているのか、加えて、「ジャニーズ」の間の関係性にも焦点を当てていく。

3.2.1 「読者ページ」における交流—「学校」から「ジャニーズ」との恋愛の場へ

この時期の『Myojo』の「読者ページ」には、一貫して「アフタースクール」という名称が付与されたものが存在している。¹⁶ これらのページは、例えば、

校則です。こんにちは、ラビリンス学園へようこそ♡みなさまの投稿で成り立っております我が校ですが、一応校則なるものが存在しております。

(「アフタースクールラビリンス」2005年2月号 p. 155)

というように、基本的には、読者側から寄せられた投稿や投書で構成されたページであるとともに、「スクール」という名称や上記の「学園」「校則」といった言葉が指し示しているように、「学校」を連想させるイメージで構築された空間となっている。そのことを象徴するように、当初は、「学校に通う読者に向けて」という側面が誌面に反映され、「ジャニーズ」との交流はもちろん、それ以外のタレントとの交流も行われていた。例えば、2003年5月号では、「新学期を楽しく過ごす方法」(pp. 163-165)と題して「その1 友だちをたくさん作る方法」「その3 先輩といい関係を作る方法」といったコーナーが設けられ、読者に向けて学校社会での人間関係をいかにして築いていくべきかについて、登場するタレントからアドバイスがなされている。この中では、「4月から俺ら4人も新入生!!一緒に頑張ろうぜ。」と登場した「ジャニーズ」からのコメントが掲載され、「学校」という社会に属するという「読者」とのアイデンティティの共有がはかられているが、登場するのは「ジャニーズ」だけではなく、上戸彩、ソニンといった女性タレントや、ジャニーズ以外の男性タレントもいた。また、「ボディ&ハートのオナヤミ退治します LOVEとKISSのSOS」というコーナーもあり、専門家を交えた「心と体」、特には性にまつわる読者の悩み相談の場も存在している。しかし、次第に「ジャニーズ」以外との読者の交流コーナーは姿を消し、コーナー自体も、例えば、読者からの「ジャニーズ」の目撃情報が寄せられ

る「まる見えパパラッチ」や、読者から寄せられた質問について「ジャニーズ」がどちらの意見かを選ぶ（例：野球が好きか、サッカーが好きか）という「どっちにする？ハガキでしゃべり場」といったような、「学校」とは直接的には関係のないものに変化していき、「ボディ&ハートのオナヤミ退治します」も2007年3月号に最終回となっていた。このように、ページ内で徐々に「アイドルとの交流」という色合いが薄まっていくように感じられたが、その中で登場した新コーナーが、「ダーリンにあだ名で呼ばれたい」であった。このコーナーは、毎号異なった「ジャニーズ」が誌面に登場し、予め選出された（ハガキを送った）読者に対して、その名前や趣味などをもとに、あだ名をつけるというものであり、例えば、2007年3月号では、NEWSの手越祐也が「今月のダーリン」として登場し、「今月のハニー」（読者）にあだ名をつけているが、

もし史子ちゃんが俺の彼女だったとしたら、俺なら「ふーたん」って呼ぶね。呼びやすいし、女のこらしいし、かわいらしいし。(p. 166)

と手越のコメントが記載されている。このコーナーでは、お互いを「ダーリン」「ハニー」と呼び合い、「もし俺の彼女だったら」といったように、「ジャニーズ」と読者（女性）との疑似的な恋愛を想定したものであると考えられる。このコーナーは、名称等若干の変更を伴いながらも現存し、号によっては、2～3人の「ジャニーズ」が登場し、ページにおける比重も徐々に増している。また、2010年代に入ると、さらに同じような特徴をもつ「ジャニーズ」との交流コーナーが新たに設置される。例えば、「聞いてよダーリン♡相談110番」「想いよ届け！恋文神社」「姫！！今宵はでえとで候♡」といったコーナーがこれにあたり、「想いよ届け！恋文神社」では、



Figure3 2011年3月号p.130

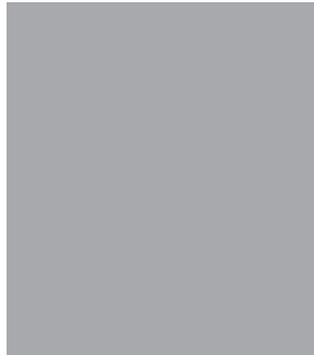


Figure4 2011年12月号p.144

Figure3のように、「大っっ好きなおちゃんへ♡」「大好きな山田涼介くんへ」といったように、絵馬に見たてたものに読者から寄せられた「ジャニーズ」に対する思いの丈（「愛情」）がぶつけられている。また、「姫！！今宵はでえとで候」は、読者から届いたリクエストハガキをもとにして、「ジャニーズ」が読者とのデートプランを考えるという内容のコーナーであり、まさに、ジャニーズと読者との恋愛をシミュレーションできるものとなっており、Figure4のように読者の直筆のハガキを掲載することによって、より「リアル」な交流を想像できる演出もなされている。加えて、表記に多用された「♡（ハートマーク）」も「恋愛の場」としての印象を際立たせる。2010年以降の『Myojo』の読者ページでは、「読者のリクエストに応えた新コーナー」という言説が多く登場するが、そのいずれもが「ジャニーズ」との交流のためのコーナーであり、そのほとんどが「ジャニーズ」との恋愛を想起させるものであるとともに、読者と「ジャニーズ」が一对一で行う交流であった。それに加え、2011年5月号からは、「ジャニーズ」のそれぞれのグループ（NYC, Kis-My-Ft2, SexyZoneなど）と読者が個々に交流をすることが可能である「ジャニーズ超モリ STREET」というページも「読者ページ」以外に設けられ、さらなる「ジャニーズ」との個別のやり取りが行われ始めている。

3.2.2 ホモセクシュアリティを連想させる「ジャニーズの絆」

次に、誌面で形成される「ジャニーズ」のイメージとして、最も重要であると考えられるのは、「仲の良さ＝ジャニーズの絆」である。これは、同じグループ間はもちろん、他グループ間でも描き出され、特に、「ジャニーズ Jr.」は、未だ所属するグループが明確化されていない者が多いこともあって、様々な交流を通して、親密さが示される。また、同グループ間で「仲の良さ」が示される場合と、グループ内の個人個人、つまり、一対一の関係性の良さが示される場合との二種類がある。ここでは、特に後者に着目してみると、それは、「対談」と称した記事として提示される。



Figure5 2008年1月号 pp.50-51

例えば、Figure5は「シアワセなふたりぼっち。キズナ確認クロス TALK × 3連発」と題したNEWSに関する記事となっているが、これは、グループの結束を強めるべく、メンバーが二人ずつに分かれて「対談」をするというものであった。この記事では、お互いのことをどう思っているのかの吐露がなされるだけでなく、「絆」の再確認が行われているが、特に、図に示した小山慶一郎、手越祐也の部分では、

もし手越が女のコだったら、1度付き合ってみたいもん。(小山)
たしかに俺もけーちゃんとはつきあってみたいな。うまくいくと思う

よ、たぶん。(手越)

というコメントが記載され、さらなる「親密さ」がうかがわれ、どこか「同性愛的」な要素が埋め込まれている。さらに、これは、**Hey! Say! JUMP, SexyZone**といった若年のグループに関する企画や特集記事の中で多々登場しており、こういった傾向は2010年代に入って特に目立つようになり、例えば、

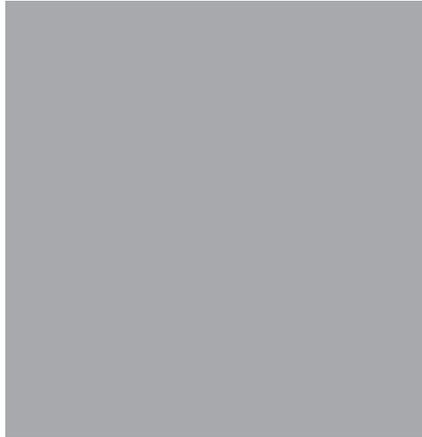


Figure6 2012年6月号p.29

Figure6では、**SexyZone**の中島健人と菊池風磨が、「健人♡風磨熱愛発覚!？」と題した**SexyZone**の連載ページの中で登場し、図のように、あたかもそこには実際ホモセクシュアルな関係が存在しているかのような写真が付与されている。ページをめくると、「親密愛の真相は？」として、

俺らの絆は仲よしこよしじゃなくて、おたがいに磨き合える存在。
(中島)

として、互いがよき「ライバル」として切磋琢磨しあえる関係性にあるとし、ホモソーシャルな絆が構築され、ホモセクシュアルな関係性は否定され

ながらも、掲載された写真は、ホモセクシュアルな関係を連想させるものとなっている。

また、こうしたイメージが読者と交流するページにも波及し、例えば、



Figure7 2011年4月号p.37

Figure7のように、「JUMP♡読者コラボ祭り」というコーナーにおいて、読者からのアンケートをもとに「JUMPベストカップル」が選出されているといったものにも表れている。この中では、1位に選ばれた山田涼介、有岡大貴が、

俺のほうを振り向かせるために、山田につくす男になる！（有岡）
 ははは！気持悪い～。笑）じゃあさ、今度いっしょに遊園地行ってよね。（山田）

というように、ここでも、「気持悪い」といった表現や冗談めかした態度を伴いつつも、写真も含めて、「同性愛的」な要素を絡めた演出が言説レベルでもなされている。また、読者ページでのこのようなイメージの形成は、読者からのリクエスト抜きにはありえず、例えば、「読者の声」としての、

JUMP内のカップル。おたがいのコメントには愛がある
 （だーやま♡しい・東京）

ふたりは、もう神！これからも仲仔でいてネ♡
(さな♪・愛知)

という部分にも表れているように、読者の希望を反映しているものであるとも考えられる。

ただし、上記のように、ただ「友情」がアピールされるだけではなく、それは時に、「ライバル心」といったものを伴うこともある。そして、例えば、「KAT-TUN 男たちのプライドと頭痛をかけたバスケットボール大会」(2005年2月号)、「夢のフットサル対決 7V.S.BEST」(2009年5月号)、「Hey! Say! JUMP 7VSBEST! 汗かくバスケット対決」(2010年9月号)というように、それはスポーツを通じた身体的な能力の競争によって繰り返し提示され、「男らしさ」をはかるひとつの目安にもなっている。これは、先述のように、そもそも「ジャニーズ」の前身が野球チームであり、スポーツとの結びつきの強い集団であることと関係していると考えられる。¹⁷ 「ジャニーズ」所属者の身体能力を競わせるイベント「ジャニーズ大運動会」を1990年より定期的に開催しており、¹⁸ その様子が紙面でも伝えられている(『Myojo』2003年1月号)。

以上のように、誌面では、「ジャニーズ」イコール「仲が良い」というイメージ形成、ホモソーシャルリティの強調が行われ、同時に、それは、時にホモセクシュアリティを連想させるシンボルや言説をはらみつつ展開されている。また、身体能力の高さと、その競争心がスポーツ競技によって達成され、それは、同性愛的要素を醸し出す「ジャニーズ」の「仲の良さ」の強調と対をなすかたちで示されている。

4 総合考察

前章における分析結果を踏まえ、ここでは総合的に考察していく。

4.1 編集者（送り手側）の見解

まず、送り手である編集者側はどのように『Myojo』を作っているのか、そこにはどのような意図があるのかという観点から考察したい。

分析結果より、『Myojo』は、読者と「ジャニーズ」との疑似的な恋愛が誌面で繰り広げられていると指摘したが、現副編集長・矢部は、読者が10代の女性（特に中学生）であると述べた上で、以下のように現在の誌面作りについて語っている。

中学生の女の子がやっぱり「アイドル」と疑似恋愛をできる場にした
いなくてというのが基本方針と言えば基本方針ですよな。

この発言により、編集者側の方針としても、学校に通う10代の女性に向けて、異性の「男性アイドル」と「疑似恋愛」をできるメディア空間として設置され、本稿における分析結果で示したものは、意図的に形成されているものであると言える。

また、矢部は

『明星/Myojo』っていうのはね、「卒業していく雑誌」なんですな（略）。必ず、通り過ぎるというか、いつかは「卒業」していく雑誌なんです。ただその「卒業」するまで、タレントとハッピーな疑似恋愛を出来る場、にしてあげたいな。だから、やっぱりその、タレントとこう、デートしているような、妄想デートしているような企画っていうのもありますし、タレントの部屋にあげてもらったかのような感覚で味わえるようなプライベートなページがあったりとか。

とも述べており、また、安藤は、

うちの本なんてのはね、中学生の子たちが「通過儀礼的に見る本」だから。

と『Myojo』について表現しており、上記の「疑似恋愛の場」としての空間は、「いつかは卒業する」という限定付きで用意されたものであるとの見方が示されている。また、編集者側のジェンダー・バランスに目を向けてみる

と、矢部によれば、『Myojo』編集部には、編集長を含め9名の編集者がいるが、そのうち女性が3名となっている。しかし、実際に取材に行きインタビューをしたり記事を書いたりするライターはすべて女性であるという。この理由は、ライターという職業にそもそも女性の割合が高いことがまずあるが、『Myojo』の取材対象はこれまで述べてきたように、そのほとんどが「ジャニーズ」すなわち、若年層の男性であるため、「若い女性の方が話しやすい」というのが一番の要因であるという。¹⁹

以上のことから、編集者側は、意図的に「疑似恋愛の場」を想定した誌面を形成し、それは、女性の視点から行われているものであるということがわかる。同時に、『Myojo』は先述したように、雑誌ジャンルとしては「女性雑誌」に区分されず、ジェンダーカテゴリーの構築に加担はしていないながらも、誌面ではその実、若年層の女性読者を想定していれば、「恋愛＝女性向け」という秩序を提示する雑誌であると言える。

4.2 異性愛と同性愛の狭間で「ジャニーズ」が指し示す「男らしさ」

では、『Myojo』の提示する‘恋愛’とは、どのようなものなのかについて、さらに考察を深めると、まず、「ジャニーズ」と読者（特に10代女性）との、異性愛としてのものが挙げられる。ここで、「ジャニーズ」という「男性アイドル」は、読者にとって恋愛対象としての「理想の男性像」を付与され、誌面では、その理想の追求が行われる。つまり、誌面における「ジャニーズ」は、読者（女性）の‘理想’を‘リアル’なものとして具現化するための媒介者として機能していると見るのが可能だろう。しかし、一方で、誌面においては、読者と交流するページも含めて、「ジャニーズ」同士の「男の絆」、ホモソーシャルリティの強調がなされている。そしてこれは、いつかは「卒業する」もの（大塚, 1989）として若年者に限定された「女性アイドル」とは違い、40代から10代まで比較的幅広い年齢層と、グループ性という縦と横の繋がりが存在している「ジャニーズ」という集団ならではのものである。換言すれば、「ジャニーズ」はある種の日本における組織体を集団内で視覚化していると考えられ、だからこそ、そこには、社会に見られるホモソーシャルな関係性を描き出すことが可能なのである。加えて、

『Myjo』は前述のように、「ジャニーズ」に特化した誌面作りを行っていると言え、メディアでの「ジャニーズ」のホモソーシャリティの構築に一役買っている媒体である。そして、そこには、ホモソーシャリティに加えて、ホモセクシュアルな要素も内包され、「ジャニーズ」の間の「同性愛的な」関係性を連想させるイメージが形成されていた。これらより、『Myjo』で示された「ジャニーズ」の関係性には、「ホモフォビア」が欠如しており、一見すると、男性のホモソーシャルな関係は、ホモセクシュアルな関係と断絶されているとみる、セジウィックの論と異なっているように感じられる。しかし、そう結論付けることは早計である。なぜならば、『Myjo』というメディアにおいては、そこには「女性の視線」が介在しているからである。詳述すると、『Myjo』は、繰り返し述べてきたように、読者として女性、特に10代の学校へ通う世代を想定し、実際にも誌面の形態とリンクする形で「ジャニーズ」を愛好する女性読者が主となっていることが、特に本稿における「読者ページ」の分析でも明らかになった。よって、そこで構築されるイメージは、女性読者に向けてのものである。また、編集者側のジェンダー・バランスについても言及したが、それらを作り出しているのもまた、女性たちである。以上のことから、「ジャニーズ」のホモセクシュアリティを伴うような連帯を受容するのは、「女性の視線」、言い換えれば、「女性が担うメディア空間」という限定された領域であり、また、同時に、それは、「いつかは卒業する」という条件付きのつかの間のものである。そして、忘れてはならないのは、そこに基盤としてあるのは、読者としての女性が自らも参加可能な異性愛秩序であり、「ジャニーズの同性愛的な絆」はあくまで限定付きで許されたものにすぎないのである。また、「女性の視線」に向けてである以上、また、限定化された時空間の中では、セジウィックが言うように、男性社会に向けてのヘテロセクシュアルであるということの意思表示としての「ホモフォビア」の必要もなく、「女性の交換」も必要としない。

以上のことに加えて、『Myjo』の誌面では、「女性排除」は見られるが、「女性嫌悪」は見られない。最後にこの要因についても考察したい。上野(2010)は、セジウィックの「ミソジニー」概念をもとに、この概念を女性側の言説から分析し、女性側にも自己嫌悪としての「ミソジニー」が存在し

ていると述べたが、上野の論を引用するとすれば、女性が抱くものとしての「ミソジニー」の根幹には、女性同士の関係性、つながりやその表出へ着目する必要がある。これまでの「ジャニーズ」研究では、上述したように、「ファン研究」として、「ジャニーズ」を愛好する者たちに照準を定め、そのつながりやコミュニティ形成に言及したものであり、そこでは、「女性のホモソーシャルリティ」が問題となっていたと言える。その点では、これらの研究は、「やおい」や宝塚研究と同様の視座に立つものである。それに対して、本稿で分析した『Myojo』においては、読者である女性同士の交流としての側面よりも、むしろ、「ジャニーズ」と読者との一対一のコミュニケーションに焦点が当たっている。また、それは、読者同士だけに限らず、扱われる「女性アイドル」についても同様で、「ジャニーズ」のように、縦横双方において、その「つながり」が描き出されることはほとんどなかった。つまり、『Myojo』においては、「女性同士のつながり」は不問に付され、このことが、「ミソジニー」表出が見られない要因であると考えられる。

以上のことから、『Myojo』誌面における「ジャニーズ」イメージの受容を通しては、セジウィックが提示した〈ホモソーシャル、ホモフォビア、ミソジニー〉という概念の連結は見られず、ともすれば、ヘテロセクシュアリティを越えた関係性が希求されているような演出がなされているが、それは、あくまでも限定化された空間におけるものであり、何よりも、異性愛主義を担保に形成されているからこそ可能なものであると追記しなければならない。しかし、男性学の視座からすれば、これらのホモフォビアを必ずしも伴わないホモソーシャルな関係性の提示は従来の「男性性」に対する挑戦であると言えるが、一方で、「ジャニーズ」が示す「男性性」については、すでに指摘したように、スポーツによる身体能力の高さと結び付けられ、それは、男性学の立場からこれまで議論された特に学校教育機関で形成される「男らしさ」（多賀，2006，p. 39）と重なるものである。その意味においては、「ジャニーズ」を通して、学校に通う世代である女性読者に向けて、従来の「ヘゲモニックな男性性」の再生産が誌面で行われているとも言える。

4.3『Myojo』に見られる変化

最後に、ここでは、昨今の『Myojo』に見られる変化について言及したい。表紙の分析を試みた際に、「ジャニーズ」の身体には注意が払われていないと指摘した。しかし、2012年に入った『Myojo』では、例えば、



Figure8 2012年6月号

Figure8のように、袋とじという形態をとって、「Kis-My-Ft2リアルBODY パーツ白書」と題して、Kis-My-Ft2のメンバーの身体的な部位がフォーカスされている。この他にも、



Figure9 2010年8月号 p.110

このように、一種のフェティシズムと結びつく形で、「ジャニーズ」の身体が頻繁に着目されている。以上のことは、近年、「女性雑誌」の中で見られる男性のヌード記事、特集の多発と切り離しては考えられず、双方とも、「ジャニーズ」がキーワードの一つとなっていることも指摘でき、²⁰ これらの現象は、女性側の男性の身体についての捉え方の変化を告げるものであるとする見方もできるだろう。²¹

また、2010年以降、誌面において、AKB48（2010年5月号より登場）、KARA（2010年11月号より「K-POP GIRLS」と題したコンテンツが登場）といった「女性アイドルグループ」が扱われはじめたが、編集部内でも、これらの「女性アイドル」の人気を受けて、さらなる誌面展開の示唆がなされていた。これらの「女性アイドル」に共通しているのは、グループであることであり、これらの「女性アイドル」が誌面に登場することにより、女性同士のつながりを描き出す可能性も残されている。

以上のように、『Myojo』は他メディアの状況や社会の動きと連動しながら誌面展開を行いつつ現在に至るため、今後さらなる変化も期待でき、それを見すえながら引き続き着目していく必要がある。

5 おわりに

本稿では、雑誌『Myojo』に登場する「ジャニーズ」という「男性アイドル」について、主に読者ページとグラビアページにおけるイメージを探り、第一に、理想の恋愛対象として描き出されることにより、「女性の視線」に向けて理想化された性イメージを付与されているという結論を導き出した。また、第二に、その男性像を男性学の立場から、セジウィックの理論をもとに考察し、そこでは、ホモセクシュアリティを連想させる「ジャニーズの絆」、すなわち、ホモソーシャルな関係性が描き出されているが、「ジャニーズ」と読者との一対一の「疑似的な恋愛の場」として、誌面で異性愛主義をその根底に据えることにより、〈ホモソーシャル、ホモフォビア、ミソジニー〉という概念の連結はなされないながらも、『Myojo』の「ジャニーズ」受容を通じて、異性愛秩序の再生産が行われているということがわかった。そして、以上のことは、読者の要望と、送り手側の意図との連携によって、

読者に対して、「何が健全なものか」の規定が行われながら構築されているということが、筆者が行った編集者側へのインタビューを通じて明らかになった。以上、本稿における知見は、『Myojo』というメディアの通時的な縦軸の分析のみを行ったものであるため、他の雑誌、特に「アイドル誌」という横軸での比較が必要である。また、前節で言及したように、より広いメディア文脈の中で、「ジャニーズ」や「男性アイドル」についての男性像を探っていく必要もある。つまり、こういった現象は、『Myojo』のみに当てはまるものなのかどうかについてのよりマクロな視点からの考察や、「男らしさ」をめぐる歴史的比較の視点の導入も望まれる。同時に、本稿では、「ジャニーズ」総体の『Myojo』でのイメージのあぶり出しに尽力したが、ジャニーズ内部の差異とその変化の有無について議論を行うことが必要であろう。今後の課題としたい。

編集部付記

本稿のOnline掲載版PDFは、著作権者からの要請に基づき、図版を掲載致しておりません旨、ご了承ください。

Footnotes

- ¹ 「アイドル」については、先行研究において、映画からテレビへというメディア変容に伴い、「スター」から「アイドル」へと変化し、1970年代にその概念の浸透を見ることができるとされており、本稿においては、その説に従い、1970年代以前の存在について言及する際には「スター」、それ以降のものには「アイドル」と表記し、両義の場合は、「スター/アイドル」とする。
- ² 本稿では、1992年以前のものについて言及する場合は『明星』、以後のものには『Myojo』、通史的な意味でのものについては、『明星/Myojo』という表記を以下行っていくことにする。
- ³ ただし、橋本の論考は『明星/Myojo』の表紙にのみ着目したものであり、雑誌総体を捉えるにはいささか限定的であることは否定できないため、その検討も必要であろう。
- ⁴ 2011年11月11日（金）に集英社Myojo編集部にて行った。なお、インタビュー内容については、編集者側の許可のもと掲載している。
- ⁵ 『新刊ニュース』1952年9月号、p.6より
- ⁶ 『出版年鑑』2011年版によれば、2010年の雑誌売上額は1兆919億3140万円で前年比は3.1%減となっている。なお、直近の5年間で最も前年比の減少幅が大きかったのは2008年の4.1%減である。また、推定発行部数は、2010年の月刊誌が20億7104万冊でこちらも前年比5.0%減となっており、いずれも減少している。
- ⁷ 例えば、『出版指標年報 2007』には、「KAT-TUNの動向次第で、芸能アイドル誌は大きく左右される状態となっている。」(pp.185-186)と記載されている。
- ⁸ 例えば、『Momoco』（学習研究社1983年）、『Dunk』（集英社1984年）、『POTATO』（学習研究社1984年）、『duet』（集英社1986年）、『Wink up』（ワニブックス社1988年）などが挙げられる。
- ⁹ 『雑誌新聞総かたろぐ』2012年度版には『Myojo』の発行部数は24万部と記載されており、『Wink up』（25万部）、『duet』（16万部）、『POTATO』（15万部）と比べても健闘していると言える。
- ¹⁰ 橋本の研究をもとに筆者自身が『明星/Myojo』の表紙登場者の性別をコーディングした結果による。
- ¹¹ 『雑誌新聞総かたろぐ』2012年度版では、『JUNON』『ポポロ』は「女性総合誌」、『Wink up』『duet』『POTATO』は「少女」、『BOMB』は「少年」に分類されているが、『Myojo』は「テレビ・ラジオ・芸能・映画」もしくは「情報誌」にカテゴリライズされているし、『出版指標年報 2007』においても『Myojo』は「女性/少女」

ではなく、「読物」という項目に分類されている。

- ¹² 松本は彼女たちのことを「ジャニヲタ」と表現している。
- ¹³ 分析期間内にて1人1回のみカウントした結果であり、複数回登場した者については1回のみカウントしている。
- ¹⁴ 目次には、Mの頭文字とコンテンツを表す番号が付されており、今回はこの番号が付けられたものを1コンテンツとして数え、中でも「ジャニーズ」の名称が付与されているものを「ジャニーズ」コンテンツとした。ただし、「ジャニーズ」とその他のタレントが同時に登場しているもの、例えば、「滝沢秀明&石原さとみ」というようなものはここから除外している。
- ¹⁵ 2010年8月号から、雑誌記載の編集人が北畠元一から安藤拓朗に変更となっており、2010年11月号からは「大判化でアイドルの笑顔バージョンアップリニューアル!!」として大判化するという変化が見られた。
- ¹⁶ ただし、「After school ララバイ」(2003年1月号～2004年12月号)、「アフタースクールラビリンス」(2005年1月号～2006年12月号)、「アフタースクールラボ」(2007年1月号～2009年1月号)、「アフタースクールデカDX」(2009年2月号～2010年10月号)、「アフタースクールみよー城」(2010年11月号～現在)とページ名称や内容はマイナーチェンジしている。
- ¹⁷ 例えば、所属グループSMAPのSは、SportsのSである。
- ¹⁸ 2004年まで定期的に開催されたが一度途絶え、その後2009年、2011年に復活しており、正式名称はその年によって異なっている。
- ¹⁹ ただし、スタッフは20代～50代まで多岐に渡っており、年齢的にもタレントの年齢に合わせて(例えば木村拓哉の担当はベテランの人が行うといったように)タレントごとに基本的に担当制が敷かれている。
- ²⁰ 例えば、雑誌『an・an』(マガジン・ハウス)では、1990年代より、定期的にSEX特集と関連付けて「男性ヌード特集」を組んでおり、表紙に登場する「ジャニーズ」が誌面で身体を披露することがある種恒例となっている。例えば、2012年6月20日号でも、「愛しい、美しい、男の体」と銘打って「オトコノカラダその胸に抱かれない」という特集が組まれているが、表紙には嵐の大野智が登場している。
- ²¹ 『サンデー毎日』2010年4月25日号では、「男の裸ブームにみる女の肉食度」と題した記事が掲載され、女性が視られる対象から視る対象へと変化したのではないかと指摘する。また、「女性もポルノを能動的に受容している」とみる守(2010)の論考も存在する。

References

- 東園子. (2003). 「近代社会における異性愛形式の展開—恋愛の規範と「宝塚」・「やおい」—」. 『社会学雑誌』, 20, 204-217.
- 東園子. (2006). 「女同士の絆の認識論—「女性のホモソーシャルリティ」概念の可能性」. 『年報人間科学』, 27, 71-85.
- 石田佐恵子. (2000). 「メディア文化研究におけるジェンダー—あるいはジャンル研究の含意」. 吉見俊哉. (Eds.). 『メディア・スタディーズ』, 東京：せりか書房, 113-127.
- 伊藤公雄. (1993). 『<男らしさ>のゆくえ—男性文化の文化社会学』, 東京：新曜社
- 伊藤公雄. (1996). 『男性学入門』, 東京：作品社
- 伊藤公雄. (2009). 「男性学・男性性研究の過去・現在・未来」『新編 フェミニズム 12 男性学』, 東京：岩波書店, 1-30.
- 稲増龍夫. (1989). 『アイドル工学』, 東京：筑摩書房
- 井上輝子. 女性雑誌研究会. (1989). 『女性雑誌を解読する』, 東京：垣内出版
- 上野千鶴子. (1982). 『セクシィ・ギャルの大研究』, 東京：光文社
- 上野千鶴子. (1990). 『家父長制と資本制—マルクス主義フェミニズムの地平』, 東京：岩波書店
- 上野千鶴子. (2009). 「「セクシュアリティの近代」を超えて 付増補編解説「異性愛秩序」をゆるがす」. 『新編 日本のフェミニズム6 セクシュアリティ』, 東京：岩波書店, 1-46.
- 上野千鶴子. (2010). 『女ざらい—ニッポンのミソジニー』, 東京：紀伊国屋書店
- 上野千鶴子. (2012). 「ジェンダーで世界を読み解く 1 セジウィック『男同士の絆を巡って』」. 『すばる』, 1, 50-160.
- 大塚英志. (1989). 『少女民俗学—世紀末の神話をつむぐ「巫女の末裔」』, 東京：光文社
- 岡井崇之. (2009). 「「男らしさ」はどうとらえられてきたか—「脱鎧論」を超えて」. 宮台真司 & 辻泉 & 岡井崇之. (Eds.). 『「男らしさ」の快樂—ポピュラー文化からみたその実態』, 東京：勁草書房, 20-45.
- 小川博司. (1988). 『音楽する社会』, 東京：勁草書房
- 小川博司. (1991). 「アイドル歌手の誕生と変容」. 藤井知昭 & 高橋昭弘. (Eds.). 『現代と音楽』, 東京：東京書籍, 90-106.

- 小倉千加子. (1989). 『松田聖子論』. 東京：飛鳥新社
- 熊田一雄. (2005). 『“男らしさ”の病？——ポップ・カルチャーの新・男性学』. 東京：風媒社
- 坂本佳鶴恵. (2000). 「女性雑誌の歴史分析」. 『お茶の水女子大学人文科学紀要』. 53, 255-264.
- 阪本博志. (2002). 「『平凡』読者の連帯と戦後大衆文化」. 『マス・コミュニケーション研究』. 60, 122-136.
- 阪本博志. (2003). 「『平凡』の42年」. 『出版研究』. 33, 107-147.
- 阪本博志. (2008). 『『平凡』の時代 1950年代の大衆娯楽雑誌と若者たち』. 京都：昭和堂
- 多賀太. (2001). 『男性ジェンダーの形成 <男らしさ>の揺らぎのなかで』. 東京：東洋館出版社
- 多賀太. (2006). 『男らしさの社会学——揺らぐ男のライフコース』. 東京：世界思想社
- 辻泉. (2004). 「ポピュラー文化の危機—ジャニーズ・ファンは“遊べているのか” —」. 宮台真司 & 鈴木弘輝. (Eds.). 『21世紀の現実（リアリティ）社会学の挑戦』. 京都：ミネルヴァ書房, 2-52.
- 徳田真帆. (2010). 「ジャニーズファンの思考」. 『くにたち人類研究』 5, 21-46.
- 橋本治. (2002). 『「明星」50年601枚の表紙』. 東京：集英社新書
- 龐 惠潔. (2010). 「ファン・コミュニティにおけるヒエラルキーの考察—台湾におけるジャニーズ・ファンを例に」. 『情報学研究』. 78, 165-179.
- 松本美香. (2007). 『ジャニヲタ女のケモノ道』. 東京：双葉社
- 諸橋泰樹. (1993). 『雑誌文化の中の女性学』. 東京：明石書店
- 守如子. (2010). 『女はポルノを読む 女性の性欲とフェミニズム』. 東京：青弓社
- Sedgwick, Eve Kosofsky. (2001). 『男同士の絆—イギリス文学とホモソーシャルな欲望』 (上原早苗 & 亀沢美由紀, Trans.). 愛知：名古屋大学出版会 (= Original work published 1985). *Between Men: English Literature and Male Homosexual Desire*. New York, NY: Columbia University Press.

The Image and Reception of "Johnny's" in the magazine Myojo

Yuki TAJIMA

Using men's studies, this paper will examine the images and reception of "Johnny's" in "Myojo" magazine (Shueisha). At the same time, it will deepen the understanding of its conception through interviews with the editor. Magazines from November 2002 – October 2012, including the front cover, reader's page and colored photographs, will be analyzed. The research focuses on finding a connection between Johnny's and the readers, and how the relationships between Johnny's stars are depicted. Especially regarding the latter point, this essay argues that there is a connection to the theories of Eve Sedgwick on "homosocial, homophobia, and misogyny" (1985-2001).

The above leads to the conclusion that, in Myojo, Johnny's are represented as the readers' love interests, so the magazine functions as the site of a pseudo-romance between the readers and the entertainers. In addition, it seems clear that this is the editor's purpose. In the magazine, while excluding women and emphasizing the bond between Johnny's members, homosociality is highlighted, and further, associated with homosexuality in both discourse and symbolism. Conversely, Johnny's express their manliness through their rivalries and their high level of athletic ability, which constitutes an opposing image to that of homosexuality. In conclusion, although the magazine depicts homosocial relationships between Johnny's members without homophobia, there is no connection to Sedgwick's theories because these relationships are created by a female perspective, are about a heterosexual love imagined by the editors, and occur in the limited space of "readers will outgrow the material sooner or later."

Keywords:

Magazines, Men's Studies, Johnny's, Male Image, Homosociality