

# フィットネス雑誌『FYTTE』および『Tarzan』における理想の身体像

## Ideal Human Body on the Japanese Magazine *FYTTE* and *Tarzan*.

野上 紗也佳

Sayaka NOKAMI

(和歌山大学院教育学研究科)

片渕 美穂子

Mihoko KATAHUCHI

(和歌山大学教育学部保健体育教室)

2016年10月4日受理

### 抄録

本研究は、フィットネス雑誌における理想の身体像を、野村の言説分析の方法を用いて明らかにすることを目的とする。フィットネス雑誌である『FYTTE』、『Tarzan』を対象に、各雑誌の「ことば」に着目し、野村の「健康クリーシェ論—折込広告における健康言説の諸類型と培養ナビゲード(navigate)構造の構築」をもとにして作成した7つのクリーシェ、29個のノードに分類を行った。『FYTTE』では若さを追求した女性らしい身体像が語られていた。『Tarzan』でも男らしい身体が求められていたが、若さではなく仕事や趣味に男らしさが見出されていた。

### 1. はじめに

今日、多くの人々が自らの健康維持・増進のために、さまざまな取り組みを行っている。健康食品や健康器具、健康法も数多く開発され、人々の健康への高い関心が伺える<sup>1</sup>。こうした健康への人々の取り組みは、美容やファッションと結びついた形で展開されていることも多い。健康のためだけでなく、痩せるための運動や食事法が、雑誌やテレビなどで取り上げられている。そこには、例えば「ゆがみとりで-5歳体型!」<sup>2</sup>、「徹底美脚プログラム」<sup>3</sup>、「モテ筋ボディ」<sup>4</sup>などといったうたい文句が登場していたりする。またボウリングやジョギング、ゴルフ、テニスなどが今まで流行してきたが、そこにファッション性が含まれていることは言うまでもない<sup>5</sup>。このような美容やファッション要素も含んだ「健康」の捉え方は、「フィットネス(fitness)」という概念と非常に近い。河原は、「フィットネス(fitness)」は「健康」とは異質の「ファッション」(あるいは「美」)の要素があると指摘している<sup>6</sup>。

「フィットネス(fitness)」は1980年代にアメリカから入ってきた概念である。現代的なライフスタイルを示すひとつの社会現象をあらわす言葉となり、徐々に広まった。「フィットネス(fitness)」は一般的には健康になるための運動ととらえられており、「健康」と深い関わりを持つものである。

ところで、「健康」という概念が、一つとして決められない曖昧で捉えどころのないものであることは、従来多く指摘されている。WHOは、「健康とは、病気がないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあること」と、抽象的に「健康」を定義

している。「健康」の定義は他にも様々あるが、どれも抽象的で一つに定めることはできない<sup>7</sup>。これと同様に「フィットネス(fitness)」の定義も一つではなく様々である。『スポーツ科学辞典』では、フィットネスを「一般に人間が日常生活を営むための適性や意図した行為を実際に行うための適性を表す。」「人格のあらゆる視点と行為のすべての領域」としている<sup>8</sup>。つまり、「フィットネス(fitness)」は、運動だけではなく、食事やメンタルヘルスといったものにも及ぶものである。では、「フィットネス(fitness)」を通じて求められる身体はどのようなものなのか。人々は「フィットネス(fitness)」の活動を行う中で、意識的であれ、漠然とであれ、理想とするものは何であろうか。

こうした問題意識を持つとき、「フィットネス(fitness)」の情報源としてのメディアが着目される。河原は、「メディアには、美しく完璧な身体イメージがあふれており、人びとは、それと比較して自らの身体の不完全さをたえずチェックせずにはいられなくなる<sup>9</sup>。」と述べている。私たちの身体像は、広告や新聞、テレビやインターネットなどのメディアに多分に影響を与えられているだろう。マス・メディアであるテレビや新聞は、不特定多数を前提としており、それらを観る全員を対象としている。それに対して雑誌は、不特定多数を対象としたものではない。雑誌の読者は、当該の雑誌を選択して情報を得るのである。フィットネス雑誌を分析することで、「フィットネス(fitness)」について関心を持ち、情報を自発的に得ようとしている人の理想の身体像を明らかにすることができると思われる。ここでいうフィットネス雑誌とは、運動だけでなく、健康を目的とした食事法やメンタルヘルスも

「フィットネス(fitness)」にとらえ、それを総括した「健康・フィットネス雑誌」と分類されている雑誌である。フィットネス雑誌で取り上げられる身体は、解剖学的な身体のみがテーマとされているわけではない。それは、ファッション性やライフスタイルなど、いくつかの価値観を含んで提示されている。フィットネス雑誌で語られる身体についての言説から、より求められる理想の身体の考察が求められよう。

### 先行研究の検討

身体像に関する言説の分析は少なくない。漫画や絵画といった視覚的資料を考察するものや、小説や新聞の文章から読み解くものなどがある。和田は、女性ファッション誌を対象として理想の女性像を明らかにしており、ほぼ同じ年代をターゲットにしている雑誌であっても、理想の女性像の描かれ方に違いがあると述べている<sup>10</sup>。谷本も女性ファッション誌を対象に、ミドルエイジの「老化」イメージについて分析している<sup>11</sup>。谷本は、「若い」を原因のある病とし、それを排除した「若さ」を追求した身体が理想とされていると述べている<sup>12</sup>。雑誌を対象として身体像を考察しているものは存在するが、フィットネス雑誌を対象としたものは見当たらない。他方、河原は、「フィットネス」という現象がどのような背景により普及したのか、「フィットネス」のもつ社会的意味は何なのかを明らかにしている<sup>13</sup>。その中でも「フィットネス(fitness)」の普及にメディアが影響をあたえていると指摘している<sup>14</sup>。しかし、具体的にメディアで身体がどう描かれているのかということは述べられていない。そこで、「健康」に関心がある人たちの情報源であるフィットネス雑誌では、どのように理想の身体像が描かれているのかを明らかにしたい。

本研究では、フィットネス雑誌における理想の身体像を、野村の言説分析の方法を用いて明らかにすることを目的とする。

### 方法

#### 分析対象

女性、男性と読者のターゲットの異なる『FYTTE』、『Tarzan』の二誌を対象とする。この二誌は月に1回以上発行されており、日本雑誌界で、女性ライフカルチャーのビューティ・コスメ雑誌部門、男性ヤングアダルト誌のライフスタイル部門の各部門で最も発行部数が多いものを選択した。

#### ①『FYTTE』

『FYTTE』は1989年より、学研マーケティングから出版されている月刊誌である。20代後半から40代の女性をターゲットとする雑誌である。発行部数は70,367部(2013年10月から12月)である<sup>15</sup>。2016年1月16日発売の2016年3月号で『FYTTE』は休刊となり、現在電

子書籍のみの販売となっている。本研究では、2015年の1月号～12月号の12冊を対象とした。

#### ②『Tarzan』

『Tarzan』は1986年より、ムックから毎月第2・第4木曜日に出版されている。発行部数は186,544部(2013年10月から12月)である<sup>16</sup>。創刊当時は男性をターゲットにした雑誌であったが、最近では女性の特集も組まれている<sup>17</sup>。本研究では2015年1月号～12月号の23冊を対象とした。

### 分析方法

各雑誌の「ことば」に着目し、野村の「健康クリーシェ論－折込広告における健康言説の諸類型と培養ナビゲード(navigate)構造の構築」をもとにして作成したノードに分類し、各ノードの成立背景を考察する<sup>18</sup>。

ここで出てくる「クリーシェ(cliché)」とは、元来「決まり文句」や「常套文句」と訳されるフランス語である<sup>19</sup>。野村は、「クリーシェ(cliché)」を「型にはまった陳腐な表現のことであり、長年にわたって乱用されてきた通俗的な言い回しのことである<sup>20</sup>。」としている。「ノード」とは一般的には、ネットワークにおける結節点のことをいう。研究対象の中で展開されているさまざまな健康言説は、相互にリンクし合っている場合が多く、その結び目の一つ一つを「ノード」と野村は呼んでいる。本研究でも、野村に倣い、身体像に関する言説の結び目を「ノード」とする。

本研究では、野村の言説分析を参考に、大きく7つのクリーシェと29個のノードに分類を行う。分類項目は以下の通りである。左がクリーシェで右がノードである。

#### クリーシェ分類表

クリーシェ	ノード
近代医学模倣言説系クリーシェ	1. 栄養学的言説
	2. 検査値言説
	3. 医学的権威主義
	4. ストレス言説
	5. 最新言説
伝統回帰・減算主義的言説系クリーシェ	6. 非西洋医療権威主義
	7. 伝統主義
	8. 自然治癒力主義
	9. 薬の忌避・薬害への恐怖
	10. 無添加主義
	11. 素材よければ主義
道徳言説系クリーシェ	12. 継続は力なり言説
	13. 良薬口に苦し言説
	14. リスク放置非難主義
	15. 性的健康
	16. フェティシズムの道徳
救済言説系クリーシェ	17. まだ間に合う言説
	18. 万病解決言説
	19. お手軽主義
	20. 遍歴言説
	21. 生まれ変わり言説

身体的アイデンティティ言説系 クリーシェ	22. 体質という個性
	23. 恋愛共同体への誘惑
	24. 若返り言説
自己言及系クリーシェ	25. 半信半疑言説
	26. 他者の承認
	27. マスコミで話題言説
汎用言説系クリーシェ	28. 健康の汎用性
	29. あの人言説

## Ⅱ. 近代医学模倣言説系クリーシェ

### 栄養学的言説

栄養学言説は、健康食品の広告、ダイエットや健康法の食品特集において多く見られる言説である。商品や食材の栄養素にスポットを当て、その栄養素がいかに体にいいのかを説明するというのが多い。野村は、「栄養学的言説は、健康関連広告およびパブリシティで濫用されており、栄養学的知識は長年にわたって人々の知識となり科学的意匠をまとっているだけに信用される<sup>21</sup>。」と述べている。「ビタミン」、「ミネラル」、「カロチン」などの栄養素はさまざまところで目に入り、体にいいものとして認識されている。栄養素の名前を出して書かれているものを、栄養学的言説として分類した。『FYTTE』では食品だけでなく、化粧品でも同じ言説が見つかった。「9種類の保潤アミノ酸配合で肌を守るバリア機能をサポート」(FYTTE 6月号)。『Tarzan』では「最新『サプリ&機能性表示食品&トクホ』ガイド」(Tarzan678号)の特集としてそれぞれの栄養素の役割が説明され、不足の栄養素を補うサプリメントが紹介されている。『FYTTE』ではジュースやスムージーなど加工食品の掲載が多かったが、『Tarzan』ではサプリメントから栄養素そのものを取りの記事が多かった。

### 検査値言説

数量化された検査項目へ言及されたものを検査値言説と呼ぶ。数値として表現される検査項目は、一方で科学的な意匠をまとい、他方では複雑な身体状況を一元的スケールに置き換える、わかりやすさも備えている<sup>22</sup>。中性脂肪や尿酸値といった検査値だけでなく、ウエストサイズや体重にも健康であるための基準が設けられており、これらの数値は自分の健康状態を測る基準として使われている。検査値、体重やサイズといった数値について書かれているものを検査値言説として分類した。例えば、「オメガ3オイルで中性脂肪を減らす」(FYTTE2月号)、「ラクラク3kg減! 2週間『即やせ』テク」(FYTTE 3月号)である。『FYTTE』では、具体的な体重や血糖値が書かれているわけではなく、食事法や運動法の効果としてこれらの数値が良い方に導かれると書かれている。『Tarzan』では体重、体脂肪別の肉体の写真が掲載され、カロリーや体脂肪量が数値で明確に書かれていた。(Tarzan664号)

### 医学的権威主義

医学という権威が引き合いに出されているものを医学的権威主義とする。医者や教授が監修している記事や〇〇医師おすすめといった記事やことばは、これに当てはまる。また、身近な専門家として、看護師をしている女性の体験談もこの医学的権威主義的に分類する。野村は、看護師という職業が結果的に健康度を強調するしかけとなると述べている<sup>23</sup>。『FYTTE』、『Tarzan』どちらにおいても「白澤卓二先生のやせ体質をつくるココナッツオイルダイエット」(FYTTE 1月号)、「おおたわ史絵のうんち学」(Tarzan669号)のように医師や大学教授が監修の記事は多く見つかった。『Tarzan』のほうがグラフや表が多く、科学的にどのような結果が得られるのか説明されている。

### ストレス言説

「ストレスを手放してキレイになれる方法」(FYTTE 5月号)などストレスは、病気や美容の悪い要因としてとりだされる。しかし、ストレスは社会的要因の結果として意識されるものである。つまり、原因と結果を取り違えている転倒した表現なのであると野村は述べている<sup>24</sup>。『Tarzan』の見出しで「ストレス」という言葉は使われていなかった。「ベッドでできる心と体のストレッチ」(Tarzan674号)「イライラと疲れを撃退! 仕事場の疲労回復ストレッチ」のように体だけでない心の疲れという表現がされ、それを解消するという記事は見つかった。ストレスとは表現されていない。

### 最新言説

「日本初上陸」「最新技術」など新しいということに権威を求めているものを最新主義とする。この最新には科学的なものが多い。『Tarzan』では、「スーパーフードの最新カタログ」(Tarzan678号)、「皮膚テーピングという新発想」のように今まであった筋トレやトレーニング方法の最新情報が記事として書かれていた。『FYTTE』では「日本初上陸フィットネスジム」(FYTTE 6月号)と広告の中で、初上陸や新発売という言葉が使われていた。

## Ⅲ. 伝統回帰・減算主義的言説系クリーシェ

### 非西洋医療権威主義

東洋医学を中心に西洋医療ではない、民間療法に権威を求めているものを非西洋医療権威主義とする。「和漢うるおい成分配合の美白コスメ」(FYTTE 5月号)「漢方の力で、自然に近い出し方に」(FYTTE 8月号)「お灸&ツボ押し」(FYTTE 6月号)といった漢方やツボ押しマッサージの記事が『FYTTE』で多く取り扱われている。『Tarzan』では食事や美容記事が少ないためか、商品の紹介として、東洋医学がでてくることは

少なかった。「ドカ食い、ムカ食いSTOP! 食欲を抑制する瞑想ヨガ。」(Tarzan679号)と、ヨガの特集はあったがその数は少なかった。

### 伝統主義

「伝統」「田舎」「自然」といったことばを使い、伝統に権威を求めるものを伝統主義とする。「自然由来の成分」(FYTTE 6月号)、「オーガニックでキレイになろう!」(FYTTE 7月号)といった記事がこれに当てはまる。『Tarzan』では「伝統」「田舎」というワードは出てこなかったが、趣味として、山や海でのアクティビティが、多く取り上げられている。「山=大自然のエンタメ型ジム!」(Tarzan673号)と、6月号では1冊にわたり、山についての特集が組まれている。「自然に呑まれる42.195km」(Tarzan671号)と、自然を楽しみながらのスポーツや運動が注目されている。

### 自然治癒力主義

『FYTTE』、『Tarzan』どちらも直接的に自然治癒力を高めると語る記事は無かった。『FYTTE』では、「今の自分を保つ活力」(FYTTE 6月号)、「体のバランスを整える料理」(FYTTE10月号)といった「基本を整える」ことが、健康に繋がると抽象的に書かれている。『Tarzan』では「カラダの強化書」(Tarzan663号)と筋肉・タフさ・動きを強化する特集が組まれている。トレーニングにより、自分を強くするという記事が多く見つかった。

### 薬の忌避・薬害への恐怖

自然治癒力主義と一対になっているのが、過剰医療および医薬品への恐怖である<sup>25</sup>。両者の雑誌の中で薬を否定するものは無かった。しかし、『FYTTE』では「栄養満点のミラクルフード チアシード」(FYTTE 6月号)、「朝夜みそ汁で冷えを追い出す」(FYTTE 2月号)と薬ではなく食品や食事法で健康になるという記事は見られた。『Tarzan』においても、「チアシード」や「ジュースクレンジ」など、自然のもので健康にという記事はあるが、サプリメントやプロテイン、薬についての特集もあった。「役割を理解して使い分けよう。整腸薬胃腸薬guide」(Tarzan669号)や、「4つの生活習慣別におすすめしたい30代に必要なサプリ」(Tarzan678号)と、薬を知り正しく使うことは、効果的な健康管理の一つとして認められているようである。

### 無添加主義

減算主義の典型が無添加主義である<sup>26</sup>。無添加主義は、過剰に装飾し、添加する現代的な商品に批判的な人に訴えやすい<sup>27</sup>。そのため、食品や化粧品において、「無添加」や「自然由来」、「天然」といった「ことば」が注目されている。原理主義的な「無」ではなく、現

実主義的な「低」も強調されて書かれている<sup>28</sup>。たとえば、「低脂肪」、「低農薬」、「低カロリー」といったことばがそうである。『FYTTE』では上記のワードの他に、「発酵食品を手づくりしよう」(FYTTE 3月号)、「手づくり化粧品で脱! 乾燥ボディ」(FYTTE 2月号)と手づくりの特集が多く見つかった。『Tarzan』では広告の中で「無添加」、「天然由来」という言葉は見つかったが、それほど多くなかった。

### 素材よければ主義

無添加主義の別の表現として「素材よければ主義」がある。「大麦に含まれる食物繊維が美肌やダイエットに役立ちます」(FYTTE 7月号)のように、ジュースや商品の素材の効果を説明する記事が多い。名前通り、素材がよければ、それを含む商品も体にいいという言葉である。『FYTTE』では健康食品の広告だけではなく、「赤身肉をがっつり食べて脂肪を燃やす」(FYTTE 2月号)や、「ほうれん草のジュースレシピ」(FYTTE 4月号)と一つの食材を特集し、その食材を使ったレシピの記事が多く見つかった。『Tarzan』でも「スーパーフードカタログ」(Tarzan678号)と、それぞれの優れた栄養素についてかかれている。しかし、『FYTTE』に比べて多くはなかった。

## IV. 道徳言説系クリーシェ

### 継続は力なり言説

近代医学の処置のように短期的かつ劇的な効果を望めない健康食品や民間療法は、「継続は力なり」という道徳的言説をくりかえす<sup>29</sup>。「毎日続けることが大切です。」(FYTTE 5月号)、「やせる生活習慣!」(FYTTE 6月号)と続けることを義務化している。また、続けることが大切であるというのは認識されており、継続するために必要な安さや手頃さを強調してある記事もあった。例えば、「ながら3分エクササイズ」(FYTTE 3月号)や、「日常動作で肩甲骨の歪みをリセット」(FYTTE 4月号)などである。今回はそれもこの言説にわけている。『Tarzan』でも「毎日行う」(Tarzan671号)、「セルフモニタリングで習慣化する」(Tarzan664号)と続けることが書かれているところはあったが、『FYTTE』に比べると少なく、続けるために、手軽にするという傾向も無かった。

### 良薬口に苦し言説

代償を支払うことが望ましい結果を担保する<sup>30</sup>。このような交換法則が私たちに説得力を生むのである。痛いストレッチに耐えることや強度が高い運動で体を鍛えることも、その先により良い結果があると思わせる。食品以外でも、等価交換の要素を含む表現は、「良薬口に苦し言説」に分類する。『Tarzan』では「鍛える」「強化」などの「ことば」が使われており、強度が高

い運動が記事にされている。逆に『FYTTE』ではハードな運動や食事法はなく、「簡単」「ラクラク」ということばが多かった。

### リスク放置非難主義

ダメージやリスクをそのまま放置すると取り返しのつかないことになることを警告し、暗に非難することを「リスク放置非難言説」とする<sup>31</sup>。「ドライアイ、老眼、病気……今すぐケアを始めましょう 目の加齢対策」(FYTTE 4月号)とチェックリストで自分の状態を知り、その対策について特集がくまれている。『FYTTE』の場合、女性の病気、老化、についてのリスクについて書かれていることが多かった。『Tarzan』でも「こんな症状があったら要注意、腸と肛門に潜む病気たち。」(Tarzan669号)と病気の症状や原因について特集され、すぐに対策するように勧めている。『Tarzan』では、性病、痔などの肛門系の病気、仕事などについてこれがあつた。

### 性的健康

「男は精力、女は色気」というように、性的魅力を高める機能を強調することを性的健康とする<sup>32</sup>。「女性らしさ」(FYTTE10月号)、「美尻と美胸を育てよう」(FYTTE 8月号)など、女性らしい美について書いてあるもの、「ギャクサン体型を視野に入れて鍛える。」(Tarzan670号)、「筋肉を強化」(Tarzan663号)と強い男になることを目標としているものを、「性的健康」に分類した。また『Tarzan』において、「包茎手術」や「精力剤」の広告があつたことが特徴的であつた。

### フェティシズム的道徳

「スキニーが似合う体に」(FYTTE 5月号)、「この夏見られる体に！」(FYTTE 6月号)という見出しがある。ここでは、「身体にフィットしたファッション」ではなく、「ファッションにフィットした身体」が目指されている<sup>33</sup>。『Tarzan』でもこの言説は多く見つかった。「この夏の水着、コレでいく！」(Tarzan672号)では、腹筋の割れた外国人モデルが水着を着こなしている。『Tarzan』ではトレーニングウェアだけでなく、ファッションアイテムの広告やグッズ紹介も多く、その服装にあう体が意識されている。

## V. 救済言説系クリーシェ

### まだ間に合う言説

「リスク放置を非難するだけではだめ。」いったん追い込んでおいて、それから引くことを「まだ間に合う言説」と野村は呼んでいる<sup>34</sup>。「30代後半が分かれ道」(FYTTE 4月号)と今を逃すと取り返しがつかないとされ、そこで載っている運動や食事法をすれば間に合うとかかれている。『FYTTE』では老化についてこの

言説が多く見つかった。「40代だからこそ始めよう菌活生活」(FYTTE11月号)、「まだ間に合う たれたお腹を引き上げる」(FYTTE 7月号)などがあつた。『Tarzan』でも「40代はカラダの曲がり角。悩みを解決する方法は？」(Tarzan678号)とこれから表れるさまざまな不調に、今から備えようという記事が見つかった。

### 万病解決言説

商品の効用が万能であると主張しているものを、万病解決言説とする。「お腹のあらゆる不調に効く！『腸もみ』で外からアプローチ」(Tarzan669号)のようにひとつの行動でたくさん効果が得られるものもこれに含む。野村は、「しかし、これは不信感のもたれる原因にもなるし、宗教的な雰囲気さえ漂ってくる理由である<sup>35</sup>。」と述べている。そのため、読者の体験や科学的な効果が共に掲載され、不信感を感じさせないようにしている。『FYTTE』では体験が数多く掲載されている。「読者が1週間トライ！」(FYTTE 8月号)、「読者&ライターが体験！」(FYTTE11月号)など、そこで効果が出ているものや体験者の感想が載せられている。『Tarzan』では、「やせRUN！しめRUN！プレRUN！」と走るだけでも目的別で特集されており、運動、食事も目的別で方法がかかれている。そのため、万病解決と書かれているものは少なかった。

### お手軽主義

「へこますだけ！ひねるだけ！つねるだけ凹み腹ダイエット」(FYTTE 8月号)という「〇〇だけ」という工程の少ないものや、「指一本でできる美整マッサージ」(FYTTE 4月号)のように準備物が少なく、簡単に始められるものを取り上げられている。『Tarzan』では、「オシャレ」なくつや衣服が紹介されており、「山を楽しく歩き、走れば自然にダイエットできるワケ。」(Tarzan673号)と簡単というわけではないが、「楽しむ」ことで、気合をいれずに始められるという気軽さを感じられる。

### 生まれ変わり言説

ダイエットをすることは、「自分探し、あるいは現世内での生まれ変わり<sup>36</sup>。」と野村は述べている。美しくなり、筋肉がつくと、新しい自分に生まれ変わり、いいことがあるかのように書かれている。「ツルピカ肌で自信が持てる」(FYTTE 8月号)と、ダイエットだけではなく、肌や髪が美しくなることも、新しい自分になることなのかもしれない。『Tarzan』でも腹筋特集で、「いつもと違う夏がやってくる」(Tarzan672号)と肉体改造やダイエットをすることで、今までとは違う新しい自分になるかのようなのである。

## Ⅵ. 身体的アイデンティティ言説系クリーシェ

### 体質という個性

「体質」は負の個性かもしれないが、それこそ自分のアイデンティティの中核をなす一大事であると野村は述べている<sup>37</sup>。「特別な自分」を意識させ、それにふさわしいサービスの提供を求めているのだ。

『FYTTE』、『Tarzan』どちらにおいても、「食べグセチェック」(FYTTE 2月号)や、「チェック項目で知る『腸年齢。』」(Tarzan669号)とチェックリストやタイプ分けがあり、まずは自分がどのような状態であるのか、わかるようになっているものが多く見つかった。そして、その症状やタイプ別に、運動や食事の方法が書かれている。

### 恋愛共同体への誘惑

野村は、「恋愛をする人たちの言説の世界を『恋愛共同体』と呼ぶとすると、この共同体の一員であるかどうか、若い人たちにとって大きなことである<sup>38</sup>。」と述べている。恋愛共同体から排除されているとしたら、それは異性に対する身体的魅力の欠如であるという思想がある<sup>39</sup>。「中年年にとって露骨に性的魅力を高めることへのてらいや恥ずかしさを「健康への配慮」という名目で中和するという構図がある<sup>40</sup>。」と野村は述べている。

『FYTTE』は30代～40代の読者が多く、「モてる」のようなワードは出てこない。しかし、「大人の女性らしさ」(FYTTE 4月号)、「しなやかメリハリボディ」(FYTTE 9月号)とただのダイエットではなく、「女」としての魅力を失わないような、エクササイズや食事法が掲載されている。またこれらの食事法や運動法に関して、体験談では、「夫にキレイになったと言われた」(FYTTE 4月号)と夫や彼氏を含む男性からのことばを書いているものがあつた。『Tarzan』では、「目指せ魅せ腹！」(Tarzan672号)と、見られることを意識した体をつくるトレーニングが紹介されている。写真ではたくましい肉体がのせられており、男らしい体が求められているようである。しかし、女性にモテるためというわけではなく、男の人があこがれる肉体が求められているようだ。

### 若返り言説

「-5歳体型」(FYTTE 4月号)や、「シミ・シワ・たるみを消して-5歳顔」(FYTTE 6月号)と「若さ」が目的にされているものを「若返り言説」とする。これは『FYTTE』で多く見られた。『Tarzan』では、「若さ」についての言葉は少なかった。「あなたの腸は老けてない？チェック項目で知る『腸年齢。』」(Tarzan672号)と見た目ではないところで若さを求めている。

## Ⅶ. 自己言及系クリーシェ

### 半信半疑言説

野村は、「健康関連商品はどれもあやしげである。それも魅力でもあるが、それが二の足の踏むところでもある。」と述べている<sup>41</sup>。「コリを解消するだけで体の不調が治るといって、にわかには信じられない人もいるかもしれません。」(FYTTE 4月号)、「騙されたと思って試してほしい。腸を揉むといろんな不調に効果があるのだ」(Tazan669号)などを「半信半疑言説」とする。野村は次のように述べる。「読者が半信半疑であることを大前提にして、チラシという完結した世界の中で商品の価値を証明しなければならない。そのためには、外部的権威の引用だけでは不十分で、たえず自己言及的に読者の疑念を先取りしていち早く解決しておく(あるいは解決したと強引に宣言する)ことが必要である<sup>42</sup>。」雑誌においても、読者が半信半疑であることを前提としているため、上記のような「半信半疑言説」もあり、それを解決するために、体験談や科学的な情報が掲載されているようだ。

### 他者の承認

ダイエットや筋力トレーニング、健康食品などさまざまな情報が提供されている。それらの体験談や体験コーナーは『FYTTE』、『Tarzan』どちらにおいてもあつた。体験談という形式自体が、情報を提供する雑誌以外からの声であり、「他者の承認」といえる。「読者変身企画結果発表！」(Tarzan671号)と『Tarzan』での情報をもとにトレーニングをした人の体型の変化が写真とともに掲載されている。『FYTTE』では例えば、「本当に効くの？話題の最新ダイエットを読者がお試し！」(FYTTE 1月号)というように、話題の健康法やダイエットの読者お試しコーナーが多く掲載されている。数は多くなかったが、『FYTTE』においては「友達の勧めでヨガをはじめました」(FYTTE11月号)と、体験談の中で他者から勧められたことが書かれているものがあつた。これは二重に「他者の承認」がなされていることになる<sup>43</sup>。

また、広告では商品の宣伝文句として、「98%また使いたい」(Tarzan674号)、「口コミ多数」(FYTTE 4月号)など利用者の声が載せられている。

### マスコミで話題言説

野村は、「折込広告の世界では、ラーメン屋と同様、マス・メディアに取り上げられたこと自体がひとつの権威となる<sup>44</sup>。」と述べている。雑誌でも同じことが言える。広告ページで、「メディアで注目を集めるサロン」(FYTTE 5月号)があつた。「話題」や「人気」という言葉は多くあつたが、マス・メディアについて直接触れているものは『Tarzan』、『FYTTE』どちらも少なかった。

## VIII. 汎用言説系クリーシェ

### 健康の汎用性

野村は、「健康が日常生活の主題になっている今日、健康はありとあらゆる商品に付加価値をつけるためのクリーシェとなっている。健康そのものはフワリとした健康状態にすぎないから、どんなものにもつけられる安全な冠ことばである<sup>45</sup>。」と述べている。この言説は『FYTTE』で多く見つかった。『FYTTE』では、健康ということばではないが毎回「キレイになれる占い」という記事があり、11月号では「ビューティ占い」(FYTTE 2月号)と美容にからめた占いの記事が載せられている。美容だけでなく、「なぞるだけで幸せになれるぼん字」(FYTTE 3月号)、「運気を溜め込む収納テク」(FYTTE 6月号)と「幸せ」という言葉と結びつけているものもあった。

### あの人言説

芸能人やスポーツ選手、モデルなどかっこいいやキレイを代表する人の特集は『FYTTE』『Tarzan』どちらにも多くあった。『FYTTE』では号の最初に木村佳乃さんや観月ありささんなどの女優のコラムが掲載されている。また、「きれいな人の食習慣」(FYTTE 2月号)と女優やモデルだけでなく、医師やトレーナー、ブロガーなどの習慣についての特集がされている。

『Tarzan』では、スポーツ選手のコラムが掲載されている。また、インストラクターや一般人が紹介されていることも多い。そこでは趣味や仕事で輝く男性が描かれている。

## IX. おわりに—まとめにかえて—

『FYTTE』では、「お手軽主義」、「継続は力なり言説」、「性的健康」、「若返り言説」が多く見られた。30代40代になると主婦では家事だけではなく、子育てをしていく時期になる。働く女性では、より仕事に時間がとられるようになる。そのような忙しい中で、疲労やストレスと戦うため、健康や美容のケアは普段の日常に負担をかけず、行いたいという思いに、訴えかけているようである。また、『FYTTE』では女性らしくいるということを目標としている。女性にとって「女らしい」というのには、いつも「若さ」がつきまとう。若かったあの頃が一番美しかった身体であると強調される。それは単なるプロポーションだけではなく、仕事や家事に追われる今とは違い、活動的でゆとりがあった昔へ憧れもあるのだろう。その理想の身体を崩さぬように、「老化」を食い止め、さらに若返ろうとしているのかもしれない。『FYTTE』で語られる理想の身体像は、「若さ」を追求した女性らしい身体であり、理想の身体を手に入れるためのトレーニングや食事は、手軽さを売りにすることで、習慣化することを求め、常にフィットネスをせざるをえない語り口となってい

る。

『Tarzan』では、「良薬は口に苦し言説」、「性的健康」、「医学的権威主義」を中心に「近代医学模倣言説系」が多く見られた。女性とは違い、強度が高い運動や食事法を努力する禁欲さが男性にはあるようだ。その努力を無駄にしないために、科学的に根拠のあるもの、専門性のある情報を用いて信憑性を高めている。また、筋肉のついた男らしい肉体が掲載される。ここで憧れられるのは、すぐれた容姿だけではない。仕事や趣味で活躍していることも、かっこいい男性の象徴である。『Tarzan』ではランニングや山登り、自転車を趣味として掲載している。健康や美容のケアを女性は日常の取り込み、簡単にしている一方で、男性は簡単にするわけではないが、趣味化して楽しむ。『Tarzan』で語られる理想の身体像は、仕事や趣味を楽しむ余裕があるたくましい男性である。

両雑誌で、理想の身体像として「性的健康」があげられている。しかし、そこで求められる「性的健康」は『FYTTE』では「若さ」を伴う美しい身体像、『Tarzan』では仕事や趣味もできるたくましい身体像と各雑誌で異なることがわかった。また、それらを手に入れる方法が各雑誌で違った。

今回は雑誌の中の「ことば」に着目し、ノードに分類をおこなった。このノード分類をもとに、これから社会背景なども含めて理想の身体像について、考察を深めていきたい。また、今回抽出した「ことば」には複数のノードを含むものが多数あった。ノード間どのような関係性があるのか明らかにしていきたい。

### 注

- 1 厚生労働省が平成26年に、1カ月間に自身の健康のために出費してもよいと考える金額、実際の出費額を調査したところ、89.6%の人が健康のために出費しても良いと答え、実際でも72.1%の人が医療費や介護費を含まない、健康食品やフィットネスの施設料といった健康のための出費をしていると答えている。
- 2 『FYTTE』2015年4月号
- 3 『FYTTE』2015年9月号
- 4 『サラリーマンでもつくれる!“モチ筋”ボディ』澤木一貴(2015)エイ出版社
- 5 1964年の東京オリンピックをきっかけとして、マラソン大会の開催や、スイミングクラブの設立などスポーツが人々の身近に感じられるようになる。1970年代に入りボウリング、ゴルフ、ジョギング、ヨガ、ジャズダンスなどの運動が広まり、スポーツが人々の日常生活に取り込まれるようになった。
- 6 河原和枝(1995)『『フィットネス』現象への視点』『スポーツ社会学研究3』pp.37-45.
- 7 Keller(1981)は、1970年代の文献及び、辞書から健康の定義を42集め、内容を分析している。
- 8 「フィットネス」(1993)『スポーツ科学事典』大修館書店
- 9 河原(1995)前掲論文、p.41.
- 10 和田敬美(2008)「女性誌のヴィジュアル・イメージ『an・

- |  |             |
|--|-------------|
| an]と『クロワッサン』に見られる女性の理想像の移り変わりー』『恵泉アカデミア14』pp.36-51.                                      | 25 同書、p.55. |
| 11 谷本奈穂(2013)「ミドルエイジ女性向け雑誌における身体の「老化」イメージ」『マス・コミュニケーション研究83』pp.5-29.                     | 26 同書、p.56. |
| 12 谷本(2013)前掲論文、p.10.  | 27 同書、p.57. |
| 13 河原(1995)前掲論文、pp.37-45.  | 28 同書、p.58. |
| 14 河原(1995)前掲論文、pp.37-45.  | 29 同書、p.60. |
| 15 2013年10月～12月 雑誌広告協会   | 30 同書、p.61. |
| 16 2013年10月～12月 雑誌広告協会   | 31 同書、p.62. |
| 17 『女性のためのTarzan』特別号や女性アイドルの筋トレ特集が雑誌の中でかかれるようになった。                                       | 32 同書、p.64. |
| 18 野村一夫「健康クリーシェ論ー折込広告における健康言説の諸類型と培養ナビゲード(navigate)構造の構築」(2000)『健康論の誘惑』文化書房博文社pp.27-101. | 33 同書、p.65. |
| 19 同書、p.37.  | 34 同書、p.66. |
| 20 同書、同頁   | 35 同書、p.67. |
| 21 同書、p.47.  | 36 同書、p.72. |
| 22 同書、p.48.  | 37 同書、p.73. |
| 23 同書、p.49.  | 38 同書、p.74. |
| 24 同書、p.51.  | 39 同書、p.74. |
|  | 40 同書、p.76. |
|  | 41 同書、同頁    |
|  | 42 同書、p.76. |
|  | 43 同書、p.78. |
|  | 44 同書、p.79. |
|  | 45 同書、p.80. |