

月刊誌『ランナーズ』の表紙にみる女性ランナーのイメージの発現と変容
The origins of the image of the female runner and its transformation,
as seen in the monthly magazine *Runners*
1K08B095-1 佐藤 芳

指導教員 主査 リー・トンプソン先生

副査 宮内孝知先生

【研究目的】

今、日本ではランニングブームが起きているとされている。ランナーの増加は国が主導する健康政策、スポーツのファッション化、スポーツイベントの大衆化など複数の要素が合わさって起きており、国民はランニングを生活の一部として積極的に享受している。ランニングに対するイメージは、専門誌のみならず女性誌なども「走る」ことに注目する中で非常にファッションナブルな様相を呈している。ランニングイメージの向上と女性へのランニングの参加を促す流れには相互作用が見られる。

では、日本人女性が「走る」イメージの表象はそもそもいつどのようにして生まれ、どのように今日の日本人女性の「走る」イメージに至っているのか。本論では、株式会社アールビーズから発行されている「ランナーズ（以下ランナーズ）」を対象として、表紙に掲載されている女性ランナーのイメージの発現とその移り変わりについて明らかにする。日本人女性のランナーイメージを部分的にはあるが投影していると考えられるランナーズの表紙における女性像を明らかにし、走る事が珍しかった一昔前と今との間の少なからず変化してきたであろう女性ランナーのイメージの概観を明らかにする、それを本論の目的とする。

【研究課題】

1976年から2010年の34年間に発行されたランナーズ全419冊のうち確認することができた408冊表紙を、ある基準において分類した。なぜなら、表紙に掲載されている女性のランニング中（やその前後）の容姿を数量的に分類していくことによって、時代ごとに異なる表象がなされてきたであろう女性のランニングイメージの表象を時代ごとに明確な数字をもって明らかにすることができるからである。また、本論を進めていく上では1970年代半ばから1980年代半ばの分類データと2000年代の分類データの20年分を集中的に扱う。それは本論が、女性ランナーのイメージの発現とその変容に重点を置くものだからである。表紙データの分類については

本論の中で説明しているが、本研究では主に身体を見つめる眼差しとそれが身につける装飾を読み解くことで女性のランニングのイメージの変容を明らかにする。

【結果】

35年間における表紙の数的分類とその考察を2つの期間（①1976年～1985年②2001年～2010年）を中心に行った結果、女性ランナーのイメージの発現と変容についてそれぞれの期間で以下のように明らかになった。

①第1次ブーム期において女性はすでに男性以上に表紙に度々登場したことを確認することができたが、扱われ方に関しては男性とは異質であり、男性よりスポーツとの関係が希薄であることがわかった。

②第2次ブーム期において女性は表紙の主人公としての性格を強めるも、「矮小化」「女らしさの価値観の付与」により競技者としての性格は弱められていることがわかった。また、それぞれのブームの間の時期にみられた極端な身体の露出による性の強調はなくなったが、健康ブーム下にある今日でも女性ランナーはユニフォームに付与された「女らしさ」を引き続き身にまとっていることに変わりはないということを確認した。

以上のことからランナーズの表紙にみる女性ランナーのイメージは、その発現について確認することができ1970年代半ばから今日に至るまでに社会的な認知や容認、ランニングを行う主体者が帯びる性の強調についての強弱という点からみたとき、その女性ランナーのイメージは大きな変容を遂げてきたといえることが明らかになった。

一方、発現した時代から今日に至るまで、表紙の女性ランナーイメージは常に「女性は女性であることを社会から期待された姿」が投影されていることも本研究で明らかになった。女性はこれだけごく自然にランニングを行う日々を享受する今日にあらながらも、やはり女性としての価値観を付与され、また女性たち自らその価値に浸かることでスポーツとの関わりを深めているのである。