

書評

石川巧

『月刊読売』解題・詳細総目次・執筆者索引』（三人社）

吉田 則昭

1. はじめに

本書は、『月刊読売』が1943年5月に創刊された時点から、『青年読売』『月刊読売』へと誌名の変遷を経て、1952年7月に、『旬刊読売』が刊行されるまで、これら一連の雑誌群の解題、詳細総目次、執筆者索引から全体が構成されている。

特に、解題では、第一節『月刊読売』の概要、第二節「戦時中における『月刊読売』『青年読売』」、第三節「戦後における『月刊読売』の復刊」、第四節「朝鮮戦争前後の『月刊読売』」、第五節『旬刊読売』から『週刊読売』へ」という五つの節が、時系列に置かれている。

通史としてみれば、「戦時の出版界」「読売新聞社出版史」「1950年代の週刊誌創刊ブーム」といった点から、とても興味

を引く雑誌であるが、それゆえに、今日まで不鮮明な状態にとどまっていた同誌の変遷、および記事、執筆者の実相を、この雑誌メディアの動態に留意しながら把握している。その意味で、著者の石川巧氏が、同誌は「その全貌がまったく明らかにになっていないどころか、戦中戦後の出版史、メディア史からも忘れ去られてきたのである」

（9頁）という指摘も、おおむね首肯しうるところであろう。評者は、社会学という領域からメディア史研究を行う者であるが、資料自体の不足はやむを得ないものの、現存し閲覧することのできる資料について、研究の基礎データが乏しいことを常に感じていた。文学研究のみならずいずれの研究領域でも、現存資料の確認、書誌情報の確定、資料批判を経てこそ学術研究も進展するということは、少なからず認識として共有できるだろう。

以下では、本書に即して、そのメディア史的意義、戦中戦後の『月刊読売』についてみていきたい。

2. メディア史的意義

『本が弾丸だったころ 戦時下の出版事

情』（青木書店、1996年）の著者・櫻本富雄氏は、同書の中で戦時期の雑誌『新国民』について言及している。それによれば、『新国民』という雑誌の所在は一部で知られていたようであるが、あくまで「あつたようだ」という仮定のもとに、次のように述べている。

「①新国民社が1893年1月に創刊した科学雑誌。②北方文化出版社東京支社が1938年10月に創刊した大衆娯楽雑誌。

③小樽新聞社が発行していたといわれているもので、これら三種類があつたようだ」（同書196頁）

「ようだ」と曖昧なのは、最後のものは櫻本氏にとっても未見であつたことと、出版史を知る基礎資料ともいえる『日本出版百年史年表』を調べても、小樽新聞社の『新国民』は、1943年5月に読売新聞社に吸収され『月刊読売』と改題したという、わずかな記述があるにすぎないからである。『月刊読売』が、『青年読売』と改題するのは1944年であり、それが1945年の3月に終刊していることがうかがえるのみであった。

日本の週刊誌の歴史をさかのぼるなら

ば、広く知られるように、『週刊朝日』と『サンデー毎日』に端を発する。両誌は、1922（大正11）年に、ほぼ同時に創刊された。正確には『週刊朝日』のほうが一ヶ月ほど早い。『サンデー毎日』が刊行されて急遽、当初の誌名『旬刊朝日』を『週刊』に変更したという経緯がある。

戦時期、情報局によって推進された新聞・雑誌整理廃合に逆行して、読売新聞社が創刊した最初の雑誌『月刊読売』は、同時代的にも新たな「総合雑誌」ともいえた。解説でもふれられているように、正確には『月刊読売』は、新規創刊ではなく『新国民』の改題誌である。その発行母体は、新聞統合で北海道新聞社に統合された小樽新聞社であったが、『小樽新聞』の用紙配給権を引き継ぐべく、『月刊読売』が後継誌となった。『読売新聞』は、正力松太郎が買収し立て直しを図った弱小紙であったがゆえに、出版部門を持つ余裕なかったこと、そして業界後発の読売新聞社がどのようにして出版界への足がかりを得ていったのか、の軌跡が垣間見える。

まさにこうした出自・存在自体が、『月刊読売』という雑誌メディアの生誕を如実

に反映したものであった。言論統制の隙間をぬって庶民の本音に近づきながらも、体制側の意向からも外れずに部数拡大を獲得した。そして雑誌整理がほぼ終了した1944年段階で、『時局雑誌』として後継が決まったものは、『月刊読売』の改題誌である『青年読売』以外に、毎日新聞社の『週刊毎日』『時局情報』、朝日新聞社の『週刊朝日』『週刊少国民』、日本放送協会の『放送』、改造社の『改造』の7誌であった。

戦後の『月刊読売』『旬刊読売』は、『週刊朝日』『サンデー毎日』に次ぐ新聞社系総合雑誌として誕生した。1952年2月には産経新聞社系のサンケイ出版から『週刊サンケイ』が創刊され、1955年には東京新聞社からも『週刊東京』を発行されるなど、勢力バランスが崩れていくことになる。このように週刊誌は、出版社系の『週刊新潮』が創刊されるまで、新聞社の専売特許となっていた。戦後1946～47年、月刊総合誌はブームであったが、その後1949～51年にはほとんどが廃刊となり、新聞社系週刊誌は隆盛の一路をたどる。『週刊朝日』が発行部数100万部を突破する

のは1954年のことである。

### 3・戦中・戦後の『月刊読売』

本節では、戦時の1943年から戦後の1952年までを、本書の総目次、執筆者索引に着目して、『月刊読売』の内容を時代順にみてみよう。紙幅の制約上、不十分な紹介とならざるを得ないが、ここには戦中・戦後の9年間で記事一覧として凝縮され列記される。

1943年5月、社告によれば『読売新聞』でコラム「日本刀」欄を執筆していた武藤貞一が、『月刊読売』の主筆に就任、本社内外の通信網を動員すると共に、広く現代筆陣における第一線の士を委嘱し、新聞と相俟つて思想戦に敢闘せんとするものがあります」とある。武藤は、昭和期の軍事外交評論家として、報知新聞主筆、大阪朝日新聞論説委員を経て、1939年、報知新聞主筆に転じ、『時局論策』を執筆、1942年には、読売新聞編集局顧問となる。武藤の人物像からわかるように、読売はこうした時局雑誌を発刊しようというときに、まさに時局評論に適任の人物を据えたことになる。

「戦時国民総合雑誌」と銘うって刊行された同誌は、銃後の生活に不安を感じながらも適切な情報を得られずにいた人々などの支持を集め、大変な売れ行きを示した。

しかし、1944年には、当時の政府の出版統制政策からは、『月刊読売』は読物を中心とした「大衆国民雑誌」のカテゴリから、報道に特化した「時局雑誌」として延命する道を選択せられる。そして同年5月には「青年読売」と改題し、四六倍版64頁の青年向け時局雑誌に変わる。そして、戦前の発行は、1945年3月発行号までとなっている。

戦後において、『月刊読売』が刊行されたのは1946年1月からであった。そして、同誌がまず取り組んだのは、GHQの占領政策を理解させ、自由と民主主義の精神を涵養することでもあった。特に同誌は、戦時中、反戦的な態度をとったために発言の機会を奪われていた作家、文化人、左翼陣営の知識人に言論の場を提供することで、権力に迎合しがちな大衆の怠慢を叱責する語り口に特徴があったという。

また、他方で「記録文学」などとも称されたが、「ドキュメンタリー」という表現

手法が多用されるようになった。戦争をめぐって、国民の〈声〉を集める取り組みは、戦争未亡人、戦争で子を亡くした母親、空腹や飢えに苦しんだ子どもたち、戦場の記憶を誰にも語れずにいた兵士など、大文字の〈戦争〉の物語が取りこぼしてきた、「銃後」の戦争を浮びあがらせることになった。

しかし、『月刊読売』も1948年頃からは、当時のカストリ雑誌にヒントを得て、色気や愛欲をテーマにして男性読者を取り込んでいくこうとする記事が増え、1949年後半から1951年頃になると、卑俗な好奇心に応えるという柔軟姿勢から、世相を反映した趣向が登場してくる。その結果、同誌は、敗戦後の混乱期にあつて爆発的な人気を博したカストリ雑誌的な、あるいはそれに類した記事も掲載していた。

また1949年になると、同誌は「臨時増刊」発行にも力を入れるようになる。通常誌を「特集号」と銘うって発行する手法は、1947年頃からみられたが、印刷用紙の融通が利くようになったことから、別冊という形式で読切傑作集が編まれるようになった。中でも、別冊で異彩を放つてい

るのが、昭和24年7月1日発行の「炭鉱版」であったが、著者によれば、別冊「炭鉱版」は、内実のともなわない誇張表現によつて読者の耳目を集めるメディア戦略の悪しき一例であったという。

当時の『読売新聞』広告欄には、「毎号売切れの大衆娯楽雑誌」（1948年2月28日付）、「一家揃って楽しめる娯楽雑誌の王者」（1950年4月8日付）、「独特の境地を開く新企画の時局娯楽雑誌」（1951年1月1日付）といったキャッチフレーズが踊り、そこでは「娯楽」という言葉に特権的な意味が付与されていた。それは、飢えを凌いで生き延びることに疲れた日本人のなかに燦っていた、余剰的なものへの渴望が結実したものであった。

以上、みてきたように、戦前、戦後直後の朝日・毎日両新聞社の週刊誌が、冠分類としての「時局雑誌」であったことは、『月刊読売』が戦後、「旬刊誌」から「週刊誌」へ変化していくことへの必然性を示していた。また戦後は「娯楽誌」として自己のアイデンティティを確立していくプロセスとして読み取ることも可能だろう。朝日・毎

日・読売という三大紙体制の下で、週刊誌が発行されるといふ戦後マス・メディア体制の基盤が、ここに成立していた事実をみることも可能かもしれない。

本書は、戦時統合が生み出した雑誌が「戦時Ⅱ占領」期をどう生きぬき、週刊誌ブームの中で『週刊読売』へとどう変化していったのか、その全貌を克明に記している。こうした「戦時Ⅱ戦後メディア体制」を考える歴史資料として、本書は重要な知見をメディア史研究に与えるものといえよう。

（よしだのりあき 社会学部兼任講師）