

論 文

Girl's Own Paper と *Girl's Realm* に見る少女雑誌と 読者の共犯関係

牟田 有紀子 (城西大学)

1. はじめに

19世紀のミドル・クラスの「少女」¹にとって、雑誌は家庭の外を知るための重要な情報源であった。1850年代には明確に少女をターゲットにした雑誌が出版され始め、1880年以降は少女雑誌の黄金期を迎えて市場競争は激化の一途を辿った。そのため、少女雑誌の出版社は、新しい読者の獲得や既存読者を継続して維持することを喫緊の課題と認識して試行錯誤を重ねた。その解決策の一つが、読者参加型の企画にページを多く割いて読者を誌面作りに巻き込み、読者に雑誌の講読、すなわち消費の対象としての購入を促すと同時に、読者を消費される対象として利用するというものである。

1850年代における少女雑誌と読者の関わりは薄いものであった。例えば *Monthly Packet of Evening Readings for Younger Members of the English Church* (1851-1899; 以下 *MP* と略記) という少女雑誌は、不定期で読者からの手紙を載せることはあっても、毎号彼女らの声を誌面に反映させる仕組みはなかった²。*MP* という雑誌が読者に求めたのは、講読によってイングランド国教会の教えを学ぶことのみであった。しかし1880年代以降になると、少女雑誌は顕著に毎号投書と呼びかけ、読者ページには読み手である少女たちの自主的な参加を歓迎するための交流の場を設けた。とりわけ、本稿で取り上げる *Girl's Own Paper* (1880-1907; 以下 *GOP* と略記) と *Girl's Realm* (1898-1915; 以下 *GR* と略記) という雑誌は、そのような交流ページを、少女たちの教育や娯楽のみならず、雑誌そのものの宣伝としても活用した点が特徴的である³。この二誌はそれぞれ1900年になると雑誌内に慈善団体

を組織して、有料会員になった読者が様々な慈善活動を行い、その成果を誌面で報告し合ったことも共通している。この同時発生的な慈善団体の設置は、ただミドル・クラスの女性を教育するという目的以上の狙いを持っていた。これは読者共同体の構築と強化への試みであり、読者を消費社会へと連れ出す雑誌の戦略である。

少女雑誌の研究は、Sally Mitchellの*The New Girl: Girls' Culture in England, 1880-1915* (1985)を嚆矢として、2010年代以降はKristine MoruziやMichelle J. Smithらが牽引してきた。いずれも少女雑誌における消費主義の浸透を認識しているものの、編集者による「少女」の定義付けとその変遷の分析が主であり、編集者と読者、および読者同士の交流がもたらしたインパクトへの言及は未だに少ない。そこで本稿では、少女雑誌の出版背景を確認しながら*GOP*と*GR*の読者ページ、特に慈善団体に焦点を当てて、読者の役割の多様化に着目する。そして読者ページの改編による雑誌と読者の新しい関係性を明らかにしたい。

2. 少女雑誌の出版背景と読者ページの推移

19世紀のミドル・クラスにおいて、中等以上の学校教育を受けられる少女は限られており、図書館や貸本屋、地域のクラブ活動の利用にも制限があった。これについてLeonore DavidoffとCatherine Hallは、彼女たちは「家族や友人や宗教仲間の外部にある世界についての知識を遮断していくことになった。不適切な内容が削除された読み物と経験不足とが相まって、男性の保護が現実必要とされる状況が生み出された」(225)と述べ、少女が置かれた不自由な環境を説明している。このような状況の中で、定期刊行物は数少ない外の世界への窓口だった。雑誌の需要が高まる中、19世紀後半には、教育、仕事、結婚同意年齢などの社会整備の諸条件が整い始めた。1869年に後のガートン・コレッジが開校し、1878年にロンドン大学が女性に学位の取得を認めたことを皮切りに、各地で女性に高等教育が開かれ始めた。それに合わせて学業重視型の中等教育機関も増加した。郵便貯金局では1881年に女性職員の公開採用が始まり、教職以外の専門職への就職も制度上は可能となった。またイングランドで女性の平均初婚年齢が25歳を超えていたことを考慮すると、ミドル・クラスの若い女性は、

初等教育を受けてから就職もしくは結婚によって社会的責務を負うようになるまでの間に、「少女時代」と呼ばれる時間を過ごすことができるようになった。この時間をどのように過ごすべきかというテーマは、少女雑誌や少女小説で繰り返し議論された。

こうして19世紀末に現れた少女時代を生きた「新しい少女」を、Michell は“*The new girl — no longer a child, not yet a (sexual) adult — occupied a provisional free space. Girls' culture suggested new ways of being, new modes of behavior, and new attitudes that were not yet acceptable for adult women (except in the case of the advanced few).*” (3) と定義した。中等以上の教育も専門職への就職も限りなく狭き門ではあるものの、新しい選択肢を目の当たりにした少女が、親や身近な大人が答えられない事柄を、雑誌のような媒介を頼りに模索し、人生の可能性を探ろうとしたことは想像に難くない。雑誌は、婚期を待つ少女に役に立つ家事やファッションに関する情報から、女性向けの学校や仕事の紹介に至るまで、読者の需要に合わせて多種多様な記事を掲載することが求められ、それに応えることで雑誌と読者の信頼関係は深まった。

しかしこの雑誌と少女読者の交流による信頼関係は、少女雑誌の誕生時から確立されていたものではない。例えば、*MP* は作家 Charlotte Mary Yonge (1823-1901) がイングランド国教会の教義を説くべく創刊から約40年間編集長を務めた保守的な雑誌である。1860年代に Samuel Beeton (1831-77) が若い女性読者や少年向けの雑誌出版に挑戦したことが知られているが、Yonge はその前にすでに *MP* を “*young girls, or maidens, or young ladies, whichever you like to be called, who are above the age of childhood, and who are either looking back on school-days with regret, or else pursuing the most important part of education, namely, self-education*” (Yonge, “Introductory Letter” i) 向けに出版していた少女雑誌の編集者の先駆けである。*MP* は Yonge が編集長を退いた最後の数年を除き一貫して挿絵や読者ページ、大量の広告の掲載を拒み、読者の積極的な参加を許容しなかった⁴。*MP* は編集者の意向が強く、その思想を前面に押し出して読者の需要よりも読者教育を優先したこともあり、奮闘虚しく20世紀の壁を突破することはできなかった。それとは対照的に、*GOP* と *GR* はどちら

も一つの宗派や思想に囚われずに、幅広い階級・年齢層の読者を獲得した。その一方で、主婦向けの雑誌や宗教団体が出す子ども向けの雑誌と異なり、すでに確立しているジェンダーロールや共同体に読者層を依存するものではないため、市場競争を勝ち抜く戦略をより必要とされたのである。

では *GOP* と *GR* は読者に対していかなる態度を示していたのか。 *GOP* は 19 世紀末の少女雑誌の黄金時代を作った金字塔である。1880 年に Religious Tract Society (以下 *RTS* と略記) の出版部門から出版された週刊誌で、値段は一部 1 ペニーと安価なものだった。宗教離れを考慮して、宗教団体が母体であることがわからないように、Leisure Hour Office という出版社名を使った。ロウアー・ミドル・クラスからミドル・ミドル・クラスをターゲットにしており、保守的ではあるものの新旧の価値観を認めるバランスの良い記事作りをした。特に Charles Peters (?-1907) が編集長を務めていた 1880 年から 1907 年の間の *GOP* は少女雑誌の中で圧倒的な人気を誇り、少女文化史研究に欠かすことができない。 *GOP* は挿絵や装飾もふんだんに施され、題材も豊富だった。ロマンス、学校小説、ロビンソン変形譚などの多様なフィクションに加えて、教養エッセイ、詩、楽譜、ファッションや家事に使える実用的な記事を提供することによって、初めて広く成功を取めた少女雑誌となった。

GR は作家 Alice Corkran (1843-1916) が編集長を務めた一部 6 ペンスの月刊誌で、「新しい女」向けの雑誌 *Lady's Realm* (1896-1914; 以下 *LR* と略記) の中に設けられた子ども用コーナーから派生した雑誌である。 *LR* の精神を引き継いだ *GR* は、女子教育や就労、身体観の変化の是非を議論するようなことはなく、どの記事も当然それらが少女文化の一部であることを前提として書かれている。特に小説や外国の文化に関するエッセイ、女子校の紹介に力を入れていた。その性格は極めて商業主義的で、読者教育よりも、売り上げの増加を常に狙ったと言っても過言ではない。 *GOP* が少女文化を牽引する先駆けであったとするならば、 *GR* は少女時代を “a time of bravery and courage” (Moruzi 163) と捉え、読者に “opportunities beyond the domestic sphere” (163) を求めること奨励する、少女文化を 20 世紀に向けて一歩アップデートするような雑誌だったと言える。

Moruzi と Natalie Coulter が “By producing content for girls and about

girls, the magazine helped to draw girls together into a specific community of readers and by extension legitimated girlhood as a site of subjectivity” (91) と指摘するように、当時の少女雑誌は、面白くてためになる記事を掲載することだけではなく、読者を雑誌作りに巻き込むことの重要性を理解していた。すでに新聞や大人向けの雑誌が読者投稿欄を設置し、読者による議論の場を提供していたが、1880年以降、少女雑誌もまた読者の悩み相談や質問を受け付ける投稿欄を設置し、それぞれの出版理念を守りながら読者が望む最新情報を提供することで、購買を促した。GOPやGRは、読者との双方向のコミュニケーションを持つことによって、MPが読者と想定していなかった層の少女を取り込み、読者層を広げようとしていたと考えられる。常に入れ替わり続ける読者層を持つ少女雑誌が生き残るためには、読者の声を汲み取り、需要に合わせた情報を供給するコミュニケーションが必須だったのである。

そのため両誌は共通して、読者が様々な課題で完成度を競い合うコンペティション、質問・相談コーナー、読者クラブやソサイエティを、読者ページとして設置して、多方面から読者とのコミュニケーションを試みた。ここでは、コンペティションと質問・相談コーナーから、二誌の読者への態度を確認する。

GOPのコンペティションは、エッセイや絵画、裁縫などの課題に対して1ギニーから2ギニーの賞金が出る大掛かりなものから、毎週出されるクイズに対して少額の賞金や本などの賞品が出るものまで様々な形態があった。第1号では少女が尊敬すべきイギリス人女性について書くエッセイ、文学作品の批評、風景画など若い女性の教養を向上させるような課題が与えられた。絵画や裁縫の作品などの提出物は、病院や施設に寄付されることもあり、コンペティションに参加しながら教養の向上や社会奉仕にもなるという形をとっていた。女性が金銭や賞品を目的に競い合うこと自体が批判の対象になり得るが、慈善活動の一環であるという大義名分を与えることによってコンペティションを開催することもできたのである。GRのコンペティションは頻繁にネックレスやピアノ、自転車など高額なものを賞品としており、コンペティションに費やす予算は他誌とは一線を画する。少額の賞金や賞品を貰う小規模なものも数多く開催され、また読者からの

悩み相談への良い回答を競うというコンペティションもあり、徹頭徹尾読者を利用するという態度が見られる。とりわけその特徴を表しているのが、コンペティションへの応募方法である。応募には、雑誌に添付してあるクーポンを切り取り、必要事項を記入して送付しなければならない。二口以上応募したい場合には、送付するクーポンに更なるクーポンの給付を求める意を書き込んでおくと、5枚から25枚程度新しいクーポンが送られてくる。それ以上応募したい場合には、雑誌を2冊以上購入しなければならない仕組みになっていた。コンペティションの開催は、その月の売り上げを伸ばす起爆剤であった。入賞者は当時流行していた自分のプロマイドを誌面に掲載することができて、読者の承認欲求を刺激した。読者は雑誌の売り上げに貢献し、雑誌に承認されることによって、双方に利益のある状態となった。

次に質問・相談コーナーについて確認する。*GOP*の質問・相談コーナーである“Answers to Correspondents”では、読者が編集者に送った質問の回答とペンネームだけが掲載された。料理やファッションについて、教育や就職についてなど、ある程度カテゴリ分けがされているため、その時々で読者が何に興味を持っているのかの傾向とその推移がわかるようになっている。例えば第1号には教育や就職についてのカテゴリはなかったが、徐々に投稿数が増えて、第32号では一つのカテゴリとして独立した。1899年第1035号ではRTSの人気作家Ruth Lambが読者の心の悩みに回答する特別カテゴリもできた。*GOP*は精神的なサポートを提供することにより、コミュニケーションの幅を広げることに成功した。

*GR*の質問・相談コーナー“The Children’s Own Corner”は、*LR*から続く読者からの手紙のコーナーである。海外からの手紙が優先的に掲載され、読者層がイギリス国内に留まらないことを強調しているのが特徴的である。*GOP*とは異なり、ここでは読者からの手紙の内容も掲載されるため、編集者からの返信を貰うだけではない、読者・編集者間のコミュニケーションを直接見ることが可能である。また読者からの手紙に書かれているリクエストに対して、雑誌がページを改編するという、間接的コミュニケーションを見出すことができる。もちろんどの手紙に回答するかは編集部が決めるため、読者に知らせるべき情報の選別が行われていることは指摘してお

かなければならない。それでもなお、雑誌が少女の信頼に足る存在であると読者に知らせるのはこのコーナーの役目だっただろう。

コンペティションと質問・相談コーナーだけでも、この時代の少女雑誌が読者を情報の受け手であるのみならず、発信者であり、誌面の作り手と見なしていることは明白である。それは *GOP* が、全読者が質問・相談コーナーを読んでいることを前提にしていることからわかる。*GOP* は読者とある質問をしても、それが別の読者に対して回答済みの既出の質問であれば、“See answer to ‘Honey’ in No. 3” (*GOP* 383; vol. 1) と返答し、その既出の回答を見るように促す。読者が発信したものを別の読者が読み、読者同士にコミュニケーションが生じることによって、一種の想像上の共同体として機能していると読者は感じることはできたはずだ。RSTのような歴史ある出版団体であっても、このような取り組みを行わなければならなかった背景には、市場競争の激化が売り上げの減少を招いたことによる危機感があった (Fyfe 30-31)⁵。一方通行でない編集者・読者間の関係性を構築し、読者を消費社会へと連れ出して購買意欲を刺激することが、読者ページに課された使命だったのである。

3. *Girl's Own Paper* の慈善活動ギルド *Girl's Own Guild of Sympathy*

本節と次節においては、読者との関係にさらに踏み込んだ取り組みである慈善活動ギルドに焦点を当て、この活動の意義を詳細に検証する。読者の質問・相談コーナーには、度々同じ趣味や目標を持つ読者同士でクラブやソサイエティを作りたいという読者からのリクエストがあった。そして両誌とも 1900 年に雑誌のファンクラブともいえる慈善団体を結成したのである。この団体を通して読者は様々な慈善活動に参加した。*GR* の読者は活動の企画・運営にも携わった。この活動に参加する積極的な読者は、雑誌と深いコミュニケーションを取ることができるようになったのである。

そのような場として慈善団体が選ばれた背景には、行動範囲が極めて制限されていた少女の自由な活動を促したいという雑誌の思惑が見える。Andrea Geddes Poole は、女性の領域の拡大と慈善活動について、“Charitable work was a boon to Victorian women in many ways. Socially sanctioned, even encouraged, philanthropy was an honourable field in which

women could exercise their altruistic inclinations and simultaneously create a life and identity outside the home.” (3) と主張する。慈善活動は単にミドル・クラス女性としての責務であるだけではなく、女性が家庭の外にアイデンティティを見出し、その能力を発揮する場になった。また F. K. Prochaska が “The financial contribution of children can be found in virtually every type of nineteenth-century charity, from temperance to truss societies. . . . Nowhere in the charitable world did children play more important part than in the evangelical missionary movement.” (75) と述べるように、慈善活動には大人の女性が多く携わっていたが、子どもも多額の寄付をしたり、寄付を集めたり、作業に従事したりする重要な慈善の担い手だった。多くの場合参加人数は少年よりも少女のほうが多く、6歳から16歳くらいの子どもの中心となって活動した (Prochaska 75)。慈善活動への参加は、大人の女性だけでなく、子どもや若い女性たちが外に出る契機となった。つまり慈善団体は雑誌読者を誌面へと連れ出すために必要な機能を備えていたのである。

加えて少女雑誌にとって重要なのは、慈善団体は娯楽の隠れ蓑になり得たということだ。Daniel Thomas Cook は “The market-culture of childhood represents a monumental accomplishment of twentieth-century capitalism” (2) と定義するが、19世紀末から20世紀初頭はその黎明期にあたる。もちろん *GOP* と *GR* が商業誌である以上、市場競争からは免れ得ない。それでもなお、雑誌の購買のための出資者である保護者へのマーケティングを考慮すると、雑誌を単に消費を促す娯楽ではなく、教育効果のある教材にしておく必要があったものと考えられる⁶。教育効果を残しながら読者の参集と連帯を叶えられる雑誌内での慈善団体の設立は、読者による雑誌への貢献を促すことができる最適な選択肢だったのである。

この前提に立って少女雑誌の慈善団体の役割を検証したい。興味深いことに、*GOP* と *GR* どちらの慈善団体にもギルド (guild) という言葉が使われている。ギルドという語は “A confraternity, brotherhood, or association formed for the mutual aid and protection of its members, or for the prosecution of some common purpose.” (*OED* def. 1) と定義される。少女雑誌におけるギルドは中世のギルドのように、しかし男性ではなく女性だ

けで、互いのためにお金やモノを寄付し合い、支え合う共助を目的とする共同体である。慈善活動をするための団体ではあるが、ギルドというタイトルによって、この団体が読者同士のために作られたものであることが示唆されている。

GOPの慈善活動ギルド Girl's Own Guild of Sympathy (以下GOGSと略記)は、1900年第1087号から始まった。先述の投稿欄やコンペティションの参加費は無料だが、このページへの投稿や活動をするためには、年会費1シリングを払って会員になる必要があった。このコーナーの設置の経緯を、編集長は次のように説明している。

After much careful thought, your Editor has decided to establish for the readers of the Girl's Own a Guild of Sympathy. The hundreds of letters received daily from his readers, asking for help and advice, lead him to think such a Guild is needed. Let us see how the Guild can help you, and why you should join it. Guilds have been in existence for many hundreds of years, and in them their members have found mutual help and strength. (GOP 58; vol. 22)

ギルドには、年会費を払ってまで雑誌に貢献したい読者を炙り出して、“mutual help and strength”を作ることで、読者と編集者そして読者同士のネットワークを強固なものにするという狙いがあると考えられる。Georgina Brewisによると、少女が学校単位で慈善団体を組織して活動するのは、世紀転換期特有の現象だった(761-62)。しかし雑誌上でのそれは単なる流行の追随ではない。一般的に少女が所属し得る家族、学校、地域、宗教共同体の中には存在しない新しい仮想空間作り出そうとする試みなのである。

GOGSが掲載されるのは月に一回で、そこには編集長からの言葉、必要な物資とそれを必要としている人の一覧、通信欄、新入会員の名前が掲載された。編集長からの言葉は、いかに貧しい家庭がこのギルドの助けを求めているかを読者に訴えかけるものである。例えば、クリスマスの季節には貧しい子どもたちに食事やプレゼントを届けるための活動が盛んに行わ

れ、編集長は“*We shall be glad to hear from those who want work.*” (*GOP* 238; vol. 26)と協力者を募集し、“*Certainly not forget the Bazaar. There will be a large room, and we must have plenty of goods to fill it.*” (*GOP* 238; vol. 26)とバザーを開催するための物資を募っている。また“*The poor clerk with the large family of seven children, ages thirteen to one year, was most grateful for the money sent him by our Guild. . . . We shall be glad of some more donations to help him over this bad time.*” (*GOP* 206; vol. 27)とあるように、実際に集まったお金が誰に寄付されたかという報告もある。通信欄は病院や救貧院のために果物や花、もしくは寄付金を送った読者に対して編集長がお礼を言うために使われたり、読者の貢献を褒め讃えるために使われる。また新入会員の名前は、無料の読者投稿欄と違って本名がフルネームで記載された。雑誌は「少女」という概念ではなく、自由意思を持つ個人としての読者とコミュニケーションを取ろうとしていたと考えられる。

次の引用は、*GOP*のギルドの規約である。上記のようなGOGSの活動がいかなる目的をもって行われるものであるのか、規約に明示されている。

1. To endeavour to carry out faithfully, not letter only, the spirit of the Guild.
2. To read each month the page of the Girl's Own that is set apart for the help and guidance of Members.
3. To include in their prayers, morning and evening, the special prayers given on the Card of Membership.
4. Within one month from receiving her Card of Membership, each Member undertakes to obtain one other Member. (*GOP* 58; vol. 22)

会員にならなければ、ギルドの活動に参加することはできない。また規約の3番には、会員証に書かれているお祈りを朝晩読まなければならないという指示もある。これは単なるお祈りの習慣化のみならず、*GOP*読者であるという意識を行動に移し、実践するための仕組みでもある(牟田 55)。そして最も注目したいのが、規約の4番である。読者は会員になったら一

人新たに入会させなければならない。このギルドは、読者に新しい読者を勧誘させ、読者の入れ替わりに備えるという、新たな固定読者を増やすための装置として想定されているのである。

このギルドは編集長主導であり、何にお金を使うか、誰を救済すべきか、つまり *GOP* にとって「適切な弱者」とは何者かを編集長が決定する。読者の意図が見える企画は少ないが、編集者の言葉から読者の要求を見出すことは可能である。ギルドの連載初回には、会員に特製バッジを配布することを検討していると書かれている。それに対する読者の問い合わせが多すぎたのか、編集長は以下のようにバッジ欲しさにギルドの本来の目的を見失っている読者を非難する。

Really, the question of the badge for the members of the Guild is a worry to the Editor. Why can't the members do good without proclaiming it by a brooch or a pin of attractive form? Don't let us parade our sympathy with our fellows. Let not the left hand know what the right hand does. At any rate, the Editor will not start an advertising badge until he finds it to be desirable. The charity done in secret is worth a million of bullion given for the personal credit of the act, and this is the charity that the Editor absolutely declines to encourage. (*GOP* 414; vol. 22)

もちろん読者は慈善活動のためにギルドに入会している。しかし、同時に読者が娯楽を求めているということも窺える。つまり1900年の少女はすでに、物欲がモチベーションに変わるような消費文化を持っていたのである。いかに編集長主導であろうとも、実際に活動する読者の声が編集長に影響を与えることができたのだ。そのような一面をのぞかせつつも、*GOP* のギルドは連載最終回になる1907年第1422号まで継続して貧しい人々を支援し続けた⁷。金澤周作は、「チャリティの偏在するイギリス社会自体も、新聞や雑誌などを通じて、チャリティこそが村や都市やイギリスという「共同体」の紐帯の根幹をなすことを確認するような言説を流布させていた」（『チャリティの帝国』134）と述べる。少女雑誌は慈善活動を共同体の根幹

に置き、読者共同体の紐帯を強化したと言える。

*GOP*は年会費、規約、本名の掲載などのシステムをもつギルドを導入することによって、同じ目的を持つ読者を集め、想像ではない読者共同体を生み出すことができるようになった。*GOP*は読者の声をより効率的に集めながら、慈善活動を通して*GOP*の読者に求められている行動を具体的に提示することもできるようになった。読者は会員になることで、編集長を怒らせることができるほど共通意識を持つ集団となった。無料の読者投稿欄では意見を集中させることは困難だが、ギルドに入ることによって読者の声はより編集長に届きやすくなった。*GOGS*は寄付を通じて読者が意見を誌面に反映させられる場となったのである。

4. *Girl's Realm* の慈善活動ギルド *The Girl's Realm Guild of Service and Good Fellowship*

最後に*GR*の*The Girl's Realm Guild of Service and Good Fellowship*（以下*GSGF*と略記）の取り組みから、読者を巻き込むことで起こる雑誌の変化を考察する。このギルドは、1900年4月の第18号から始まった。編集長が初期の会長を務めたが、後には貴族がパトロンとなり、読者が運営の役員を務めるようになった。このギルドにはイギリス領土や英語圏の各国各都市に支部があり、そこでの活動の一切は読者に任された。読者がこの団体の正当性を議論し、行動でもって示す主体となり得たのだ。Brewisはこのギルドについて、“Guild magazines and newsletters functioned as spaces to recruit volunteers and were regularly filled with appeals for volunteers and suggestions for work to be taken up” (771) と論じている。しかしこのギルドには、明らかにボランティアを普及する以上の意味がある。下記の*GSGF*のモットーから、*GR*のギルドは*GOP*よりも明らかに、少女に娯楽を享受することを推奨していることがわかる。

Its main object is Girl's working for Girls, to make this world happier and a sweeter place for us all.

To support our own Hospital Cot.

To pass on our accomplishments.

To brighten other lives by little deeds of kindness.

To give a start in life to one who wants it.

To meet together for recreation.

ALL MONEY THAT IS GIVEN GOES SOLEY TO THE COT AND TRUST FUNDS. (GR 629; vol. 2)

“Its main object is Girl's working for Girls”もしくは“*To meet together for recreation*”とあるように、このモットーはギルドが読者である少女のために設立された団体であることを強調している。“Girls”というのは、救済対象の貧困層の少女だけでなく、読者同士という意味でもある。言うまでもなく、このギルドもお金を集めて貧しい人に還元する活動をしているが、その傍ら編集者と読者の座談会や年に一度の総会、チャリティバザーやコンサートを開き、会員が直接交流する機会を設けている。GOGSは雑誌上のみで活動する団体だったが、GSGFにおいては、読者は文字上だけでなく友情関係を結ぶことが可能だったのである。

このギルドの第一目的は、各種基金集めである。病院にベビーベッドを贈る Cot Fund、経済的に学校に行けない少女を支援するための Trust Fund、他にも Fresh Air Fund、Christmas Tree Fund、King Edward Memorial Fund などと銘打って多数の寄付を募った。また、通信欄では、ペンパルを探したり、物々交換をしたりして、編集者や雑誌の介入なしに友人を作ることができた。GOPと同じく新入会員は本名がフルネームで掲載されたが、会員番号も付されていた。1913年10月号が他誌への吸収前の会員数を確認できる最後の号で、その数は8510名に登った (GR xiv; vol. 15)⁸。協賛会員として少年も入会することが可能だったが、少年よりも少女の権利が優先される組織作りも、仮想空間だからこそ成立するものだっただろう。

少女のための空間作りを行っていたという点では、GRとGOPには大きな差はないように思われる。しかし先述の通り、GRはGOPよりも売り上げの向上に貪欲で、読者の参加は販売部数増加を狙う手段の一つだった。例えばGSGFは会員を増やすためのコンペティションを開催している。1900年に“Grand Prize Announcement”という記事で、一番多く新入会員

を入れた読者に、ピアノと真珠のネックレスを賞品として与えるコンペティションが告知された (*GR* 634-35; vol. 2)。このコンペティションによって勧誘されて入会した読者の定着度を図ることはできないが、決してお小遣いで買うことはできない賞品は読者の目を引いたはずだ。また1901年にはこのギルドが80ページ前後の本体に対して30ページ前後付録されている分厚い広告コーナーに入れられたことも重要である。*GR*の広告コーナーは通信欄や季節のファッションについての読み物と、食品、服飾品、育児用品などの商品の広告が混在した形で掲載されている。1901年には、先述のクーポンや定期購入申し込み用紙などの提出物は商品の広告とは異なるページに掲載されていた。しかし、1902年にはクーポンが生活用品や服飾品の広告と同じページに掲載されるようになり、クーポンを見つけるには必ず併載される広告が視界に入るようになった。この広告コーナーに、もとは通常の読み物コーナーにあったギルドが移動した上、その掲載順が一定ではなかったため、読者はおのずと広告を見ながらギルドを探すことになった。読者にとって慈善団体の活動記録を読むことは、広告文化に触れることと不可分になった。Ellen Gruber Garveyは、雑誌上の企画に参加する子どもの役割について、次のように述べている。

Contests encouraged readers to see the ads as an important part of the magazine, and even to feel obligated to read them. Readers of children's magazines in particular often joined clubs and through other activities asserted their membership in a community of magazine readers. They were encouraged to transfer that sense of participation in the community of the magazine to loyalty to advertisers, and to help support, and thereby create, the magazine through their actions as consumers. (Garvey 6)

*GR*の読者もコンペティションとギルドによって広告へと導かれ、消費者として行動することで雑誌の誌面作りに貢献したのだ。

さらに、*GR*は少女を忠実な消費者へと仕立て上げるだけには留まらず、購買意欲をかき立てるための対象として少女を扱ってさえいる。その最た

る例が、学校に行けない少女の救済のための Trust Fund である。Trust Fund は生まれも育ちも良いものの、家庭の事情や病気で学校に行ったり、職業訓練を受けたりすることができない少女に奨学金を出し、自立を促すための基金である。ここでは奨学金に応募した少女の中から、会員が適切であると認めた者に投票して、獲得票数が多い者から奨学金が振り分けられていく。例えば1905年度は9名が選ばれ、学費の一部として60ポンド、職業訓練の費用として20ポンドなどが計265ポンド17シリング支出された (GR xiv; vol. 8)。つまり、Trust Fund はいわゆる投票チャリティ⁹であった。金澤によると、篤志協会による「楽しみとしてのチャリティ活動」の一つである投票チャリティは、会員が慈善活動を娯楽として楽しめるよう設計されていた(111)。19世紀後半にはロンドンにあった篤志協会の5%以上が投票チャリティを行っており、Trust Fund はその例と同様に「理性ではなく感情」(金澤 124)に働きかけて読者にお気に入りの候補者を見つけ、投票するよう訴えた。Trust Fund は慈善活動でありながらコンペティションの一面も持っていたのである。編集者は投票権を持つ会員に対して、“Remember that it is a great privilege that is yours—that of giving; that you hold in your hands a power that beneficially employed may prove to be the turning point on the lives of those candidates.” (GR xiv; vol. 7)と彼女たちが持つ特権を行使することが雑誌への貢献であると語りかける。誌面上で“Girls”という一団として分け隔てなく少女たちを呼称したにもかかわらず、この投票が彼女たちを選ぶ側と選ばれる側に分断する行為であることは明らかである。しかし編集者はその分断をも娯楽と見なした上で、読者を雑誌に熱中させるために、投票を伴う形式を Trust Fund に取り入れたのだ。

Trust Fund には、読者の雑誌への傾倒を促進したいGRの戦略を見出すことができる。読者もまた与えられた特権を使ってコンペティションを楽しんだ。GSGFは貧困層を救済する慈善団体でありつつも、読者同士の直接の交流を推奨したり、会員勧誘をもコンペティションにしたりと、その活動は少女の娯楽に注力したものであった。読者はGSGFで自由に娯楽を楽しむ権利を行使する主体となり得たのだ。

5. おわりに

19世紀末の少女雑誌は、明らかに読者の需要を意識して作られていた。1890年前後から少女雑誌では読者ページに変化がみられるようになった。投稿欄はカテゴリが再編され、コンペティションは高額賞品・賞金を出すことを躊躇わなくなった。そして何より、読者同士が連帯を熱望するようになったことは注目に値する。読者を巻き込んだ誌面作りをする雑誌の戦略によって、読者はその承認や連帯への欲求を満たし、単なる情報の受け手から発信者となった。またそこには、彼女たちによる消費文化の受容も垣間見られる。もちろん読者参加ページでは、編集者が優等な読者を選ぶ、与えるべき情報を選別するという仕組みがある限り、慣習的女性観の再生産や少女間の分断という問題は拭い切れない。しかしそのような問題を内包しながらも、少女雑誌は読者共同体を構築し、発展させる必要性に駆られていたのである。雑誌は、少女を経済力のある消費者であると理解しており、広告文化へと導いた。少女は慈善団体への参加を理由に、家の内外で娯楽を享受することができた。つまり雑誌と読者はそれぞれの利益を追求するために共犯関係を築いていたのである。

- * 本稿は日本ヴィクトリア朝文化研究学会第22回全国大会における口頭発表の内容に加筆・修正を加えたものである。またJSPS科研費19K13111(イギリス少女雑誌における「新しい少女」と「新しい読者」の形成)の助成を受けている。

註

- 1 本稿における「少女」とは、初等教育を受ける幼い子ども時代を過ぎ、しかし家庭や職業といった社会的責任を負う大人の女性ではない、若い女性を指す。
- 2 タイトルは1866年に*Monthly Packet of Evening Readings for Members of the English Church*に変更された。
- 3 *Girl's Own Paper*というタイトルは1880年から1908年10月まで使用された。本稿における調査対象となるのは、Charles Petersが編集長を務めていた1907年までである。1908年11月から1927年までは*Girl's Own Paper and Woman's Magazine*、1928年から1930年までは*Woman's Magazine and Girl's*

- Own Paper*, 1931年から1947年までは再度 *Girl's Own Paper*, 1947年から1950年まで *Girl's Own Paper and Heiress*, 1951年から1956年の廃刊まで *Heiress* というタイトルが使われた。GOP は一か月分をまとめた月刊誌としても発売されていた。また、GR は1915年11月号まで続き、その後 *Woman at Home* (1893-1918) に吸収された。本稿では GOP も GR も1年分が1冊にまとめて販売されていた年版から引用する。
- 4 Christabel Coleridge (1843-1921) が1891年に編集に加わり、“The China Cupboard”という読者ページを設置して読者との交流を試みた。しかし Moruzi が指摘するように、Yonge が約40年かけて構築した宗教主体の編集方針と雑誌のイメージを、世紀末の読者の需要に沿うものへと大幅に変化させるには至らなかった (Moruzi 50)。
 - 5 Aileen Fyfe の“A Short History of the Religious Tract Society” (2006) によると、RTS の出版物による収入は、1860年代には8万から10万ポンド、1870年代には10万から12万ポンドの間で推移していた。しかし GOP の兄弟誌 *Boy's Own Paper* (1879-1967) が発売された1879年だけで14万ポンドを超え、GOP が発売された1880年には16万ポンドを超えた。この収入の増加により、RTS は世界中で宣教活動を続けることが可能になったが、1890年代後半には収入は10万ポンド程度に減少した (Fyfe 27-28)。主要な財源である二誌の売り上げの減少が危機感をもたらしたことは想像に難くない。
 - 6 保護者への意識は、雑誌に挿入されている広告に現れている。GOP の年版は広告が削除されているため月刊版を例に挙げると、1880年1月号では、13個の広告のうち、少女向けの新刊小説や切手販売のように読者自身をターゲットとした広告が6個、洗濯機、石鹸、ココアのような家政に関わる商品の広告が7個、表紙の裏に印刷されている (*Girl's Own Paper: The January Numbers*)。GR の広告ページは、1902年3月号では42個の広告のうち、手袋や仕立てなどの服飾に関するものが最多で14個掲載されている。栄養補助食品や小麦粉などの食品の広告は4個あり、“Viro!”の欄には“Mothers should note this” (GR xxiii; vol. 4) と明確に保護者に向けた一文が添えられている。さらに Clark's Civil Service & Commercial College の入学募集のように、読者が保護者に誌面を見せることを期待する広告も4個ある (GR x; vol. 4)。その他、家具、ピアノ、タイプライター、自転車のように、子どものお小遣いでは到底買うことができない物品も宣伝されている。貸本屋や回し読みによって実際の販売部数よりも多くの読者がいたことを考慮すると、実際に誰が雑誌の代金を支払っていたのかを突き止めるのは困難だが、これらの広告が、雑誌が保護者による閲覧を意識していることの証左である。

- 7 GOGSの掲載最終回が1907年3月であり、1907年12月にPetersが亡くなっている。編集長の交代によって、GOGSの活動は終了したものと考えられる。
- 8 GRが他誌に吸収された後もGSGFの連載は継続したが雑誌そのものの編集方針が全く異なっているため、1915年11月以降のGSGFは調査の対象外とする。
- 9 篤志協会型チャリティ団体が、「資格において平等な寄付者が男女の別なく、寄付額に応じて投票権を付与され、その権利を行使して受給者を選挙する」（金澤121）形態の慈善活動を指す。

引用文献

- “Answers to Correspondents.” *Girl’s Own Paper*, vol. 1, no. 24, 12 June 1880, p. 383.
- Brewis, Georgina. “From Working Parties to Social Work: Middle-class Girls’ Education and Social Service 1890-1914.” *History of Education*, vol. 38, no.6, 2009, pp. 761-77.
- “Clark’s Civil Service & Commercial College.” *Girl’s Realm*, vol. 4, Nov. 1901, p. xxiii.
- Cook, Daniel Thomas. *The Commodification of Childhood; The Children’s Clothing Industries and the Rise of the Child Consumer*. Duke UP, 2004.
- Davidoff, Leonore and Catherine Hall. *Family Fortunes: Men and Women of the English Middle Class, 1780-1850*. U of Chicago P, 1987. [ダヴィドフ、レオノーア、キャサリン・ホール 『家族の命運——イングランド中産階級の男と女1780-1850』山口みどり、梅垣千尋、長谷川貴彦訳、名古屋大学出版会、2019年.]
- Fyfe, Aileen. “A Short History of the Religious Tract Society.” *From the Dairyman’s Daughter to Worrals of the WAAF*. Lutterworth Press, 2006.
- Garvey, Ellen Gruber. *The Adman in the Parlor: Magazines and the Gathering of Consumer Culture, 1880s to 1910s*. Oxford UP, 1996.
- “The Girl’s Own Guild of Sympathy.” *Girl’s Own Paper*, vol. 22, no. 1087, 27 Oct. 1900, p. 58.
- “The Girl’s Own Guild of Sympathy.” *Girl’s Own Paper*, vol. 22, no. 1109, 30 Mar. 1901, p. 414.
- “The Girl’s Own Guild of Sympathy.” *Girl’s Own Paper*, vol. 26, no. 1309, 28 Jan. 1905, pp. 282-83.
- “The Girl’s Own Guild of Sympathy.” *Girl’s Own Paper*, vol. 27, no. 1357, 30 Dec. 1905, p. 206.
- “The Girl’s Realm Guild of Service and Good Fellowship.” *Girl’s Realm*, vol. 7, July.

- 1905, pp. xiv-xvii.
- “The Girl's Realm Guild of Service and Good Fellowship.” *Girl's Realm*, vol. 8, Apr. 1906, pp. xiv-xix.
- “The Girl's Realm Guild of Service and Good Fellowship.” *Girl's Realm*, vol. 15, Oct. 1913, pp. xii-xiv.
- “Grand Prize Announcement .” *Girl's Realm*, vol. 2, Apr. 1900, pp. 634-35.
- “Guild.” *Oxford English Dictionary*, Oxford UP, 2019, oed.com/view/Entry/70179?redirectedFrom = fillibuster#eid. Accessed 21 Mar. 2023.
- Girl's Own Paper: the January Numbers*, Jan. 1880.
- Mitchell, Sally. *The New Girl: Girls' Culture in England, 1880-1915*. Columbia UP, 1995.
- Moruzi, Kristine. *Constructing Girlhood through the Periodical Press, 1850-1915*. Routledge, 2012.
- Moruzi Kristine and Natalie Coulter. “‘Suitable for Us Girls’: Subjectivity and Community in the Victorian Periodical Press.” *Mediated Girlhoods: New Explorations of Girls' Media Culture, Volume 2*. Edited by Morgan Genevieve Blue and Mary Celeste Kearney. Peter Lang, 2018.
- Poole, Andrea Geddes. *Philanthropy and the Construction of Victorian Women's Citizenship: Lady Frederick Cavendish and Miss Emma Cons*. U of Toronto P, 2014.
- Prochaska, F. K. *Women and Philanthropy in 19th Century England*. Oxford UP, 1980.
- “Virol.” *Girl's Realm*, vol. 4, Mar. 1902, p. x.
- Yonge, Charlotte Mary. “Introductory Letter.” *Monthly Packet of Evening Readings for Younger Members of the English Church: First Series*, vol. 1 no. 1, Jan. 1851, pp. i-iv.
- 金澤周作『チャリティの帝国——もうひとつのイギリス近現代史』岩波書店, 2021年.
- 牟田有紀子「少女雑誌 *Girl's Own Paper* における読者投稿欄の変換と読者共同体の構築」『Tinker Bell: 英語圏児童文学研究』(日本イギリス児童文学会), vol. 64. 2020, pp. 45-60.

Summary

Complicity between Girls' Magazines and Readers through the *Girl's Own Paper* and the *Girl's Realm*

Yukiko Muta

For middle-class girls in the 19th century, magazines served as a valuable source of knowledge about what was happening outside their homes. In the 1850s, magazines aimed at girls began to be published. After 1880, their market competition intensified. Publishers of such magazines realized that attracting new readers regularly and retaining existing ones were the major challenges, and they made several trial-and-error efforts in this regard. One option was to devote more pages to reader-participation projects and involve readers in the creation of the paper.

This paper explores the evolving role of readers in girls' magazines by focusing on the readers' sections of the *Girl's Own Paper* (1880-1907) and the *Girl's Realm* (1898-1915), particularly those of charitable organizations. By around 1890, the readers' sections in girls' magazines began to change. Submission columns were reorganized into categories, and competitions no longer hesitated in offering big prizes and cash awards. It is noteworthy that readers had developed a sense of solidarity each other. The magazines' strategy of involving readers in the creation of the pages helped satisfy their urge for recognition and solidarity. Girls' magazines were driven by the need to build a community of readers and allowed them opportunities to benefit from it. Girls' involvement in charitable organizations gave them to leave their homes and enjoy entertainment activities. In other words, magazines and readers were party to the community's complicity.