

## 『読売新聞』の創刊期における女性向け新聞広告の分析

菊地 こと

本論文では、明治初期の『読売新聞』に掲載された女性向け広告の分析をおこなった。そのさい、男性向け広告や子供向け広告とも比較して考察をしている。さらに、先行研究である加藤敬子の論文「女性と情報 - 明治期の婦人雑誌を通して - 」(1989)の調査と比較しつつ、これらを総合的に勘案することで、明治初期の女性が新聞を通じて得た社会との接点のあり方を明らかにし、そこから当時の社会のなかで女性がおかれた状況を考察している。なお、明治初期の『読売新聞』に掲載された女性向けの広告に着目した先行研究はない。

研究方法は、『読売新聞』から抽出される女性向け広告の種類と件数を分析することにした。『読売新聞』は、創刊号に「此新ぶん紙は女童のおしへにとて為になる事柄を誰にでも分かるやうに書いてだす趣旨でございますから」と書かれているように、女性や子供も意識して創刊された代表的な小新聞である。分析にあたり、読売新聞社メディア企画局データベース部編集・発行の『明治の読売新聞』(CD-ROM版)を使用した。また、対象の広告としては、販売促進を目的とした広告とそれ以外の広告が混在するコミュニケーション欄である「稟告」掲載のものを使用している。分析対象期間は明治7年11月2日から明治9年12月30日の約2年間である。内容にもとづいた分類方法は、加藤敬子の論文「女性と情報 - 明治期の婦人雑誌を通して - 」(1989)を参考にしつつ、(1)出版物(定期刊行物や書籍)、(2)事業広告(学校案内、病院案内、会社・商店案内)、(3)商品広告(化粧品・売薬など)、(4)案内広告(求人・給食など)の4つに大きく分類して、それぞれさらに細区分している。男性向け広告や子供向け広告とも比較しつつ分析を行うことで、女性向け広告の特色を探った。

抽出された広告は総数3,865件、そのうち377件を女性向けの広告とした。分析の結果、女性向け広告、子供向け広告、男性向け広告もそれぞれに多様な広告が掲載されていた。このことは男性だけでなく、女性や子供も意識して創刊された小新聞という『読売新聞』の特色を反映したものと考えられる。内容については、女性向けの広告では、学校案内の広告掲載が多かったことや、求人等の広告が皆無ではないもののその数は少なかったことなどが明らかになった。こうした結果には、女性教育へ関心が高まっていたことや、女性の社会進出の機会が少なかったなど、当時の女性がおかれた社会の状況を反映したものとみることができる。

(指導教員 原 淳之)