

ブロンディ* (1)

—戦後日本におけるアメリカニゼーション—

岩 本 茂 樹**

はじめに

アメリカの中流家庭の日常生活を描いたチック・ヤング作の漫画『ブロンディ』が、戦後まもない1949年1月1日から1951年4月15日まで『朝日新聞』に連載された。¹⁾ この漫画が当時の人々に与えた影響は大きく、読者は総じて「豊かで、家庭電化製品に溢れた、民主的な生活が描かれたもの」との印象を語っている。それゆえ、戦後日本を振り返った時点からなされた日本の文化・社会意識の領域における研究においても「戦後の日本のモデル像」として『ブロンディ』を位置付けている。²⁾

ところが、『ブロンディ』の代表的先行研究者の今村太平は「それほど豊かではなく、哀れな賃労働者の生活を描いたもの」³⁾と分析している。このように同じ連載漫画でありながら、読者と先行研究者との相反する大きなズレがあった。このズレを手がかりに、実際に掲載された『ブロンディ』の4コマの場面に描かれた舞台装置と内容を客観的に分類・統計を行い、その客観的データをもとに先行研究と読者の印象のズレを比較検討ならびに分析することにした。これらの作業は、少ない登場回数で描かれた舞台装置や内容にもかかわらず読者が強く印象づけられているならば、アメ

リカに対するある種バイアスのかかったまなざしが当時の人々にあったと言えるのではないか、またあったとすればそれはどのようなものに対してあったのかを明らかにするためである。

さらに、バイアスのかかったまなざしが導き出されるとすればそれはどのようなメカニズムで形成されたものなのか、そして、そのことが戦後日本の生活文化にどのような影響を与えたのかをも視野に入れた考察を試みたい。

このように研究を進めることで、当時の日本の人々がアメリカの文化のどのような面に注目し、何を受容しようとしたか、そして戦後日本のモデル像としてアメリカのどのような文化を自己目的化し歩んできたかといった「日本型アメリカ文化受容」、すなわち「戦後日本におけるアメリカニゼーション」の解明の一助としたい。

第1章 『ブロンディ』へのまなざし

1. 『ブロンディ』登場

1949年(昭和24年)1月1日、『朝日新聞』はアメリカの漫画家チック・ヤング氏の『ブロンディ』の連載を開始した。当日の記事には、「『ブロンディ』は世界で最も人気のある漫画で、現在『ブロンディ』を掲載している新聞は千百紙に上り、その読者は2千万人を超える」⁴⁾と書かれ、世

*キーワード：ブロンディ、バイアス、アメリカニゼーション

- 1) 『ブロンディ』は『週刊朝日』において、1946年6月から1956年まで連載されたが、本稿では当時の人々の意識を検討する上で読者量の多さを誇る新聞掲載の『ブロンディ』を研究対象として限定した。
- 2) 安田常雄「アメリカニゼーションの光と影」中村政則・天川晃・尹健次・五十嵐武士編『戦後日本 占領と戦後改革 第3巻 戦後思想と社会認識』岩波書店、1995年
- 3) 今村太平「アメリカ漫画と日本漫画」『芽』思想の科学機関誌、1953年【『漫画映画論』同時代ライブラリー 岩波書店、1992年】
- 4) 「ブロンディ」登場『朝日新聞』1949年1月1日付け

**関西学院大学大学院社会学研究科博士課程後期課程

『朝日新聞』'49.1.1

『朝日新聞』'49.1.21



『ブロンディ』登場人物の紹介

本紙に連載されている『ブロンディ』は、チック・マックの作による忠実的漫画である。この漫画は、アメリカ人の生活を描いたもので、その内容は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。

チック・マックの作による忠実的漫画である。この漫画は、アメリカ人の生活を描いたもので、その内容は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。



人物紹介

この漫画の登場人物は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。

この漫画の登場人物は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。この漫画は、アメリカ人の生活の断面を切り取ったものである。

あるのだろう。…略…洋服を着る国の人間ならだれにでも通じる善良な凡人一対の心理をよくとらえている。6)

安サラリーマンであるという社会的位置づけをしながらも、家庭の関係に目が注がれ善良で愛情あふれる生活を描いたものという認識である。ともあれ、アメリカの日常生活を描いたアメリカを代表する漫画『ブロンディ』が戦後まもない一時期に日本の新聞紙上に登場することになったわけである。

2. 「アメリカ式生活様式のあこがれ」(戦後を振り返っての研究文献から)

戦後日本の文化・社会意識の領域における『ブロンディ』に関するもっとも新しい研究として、安田常雄が、「アメリカという夢、それは子どもにとってはディズニー漫画(映画)であり、大人にとっては『ブロンディ』といえよう」と、当時の大人は『ブロンディ』によってアメリカのイメージが作られたと述べる。7) そして、

界的に人気のあるアメリカ漫画であることを述べている。そして、『ブロンディ』の登場人物の紹介記事が併せて掲載されているのである。

鶴見俊輔が「家庭的、母性的、質素でやさしい細君のブロンディはアメリカの国民理想であり、アメリカ人の多くは、ブロンディのような妻を持ちたいと思っている」8) とアメリカにおける『ブロンディ』について述べているが、漫画家の清水崑も『朝日新聞』掲載の『ブロンディ』についての感想を次のように書いている。

「この漫画の全体の魅力は、バラへに見ないでまとめて観賞すればわかることだが、適当に“カカァ天下”であると同時に過不足なく“ティッシュ関白”であるところの、平和にして愛情あふる、安サラリーマンの家庭を描いたところに

5) 鶴見俊輔「物語漫画の歴史」『世界評論』1949.7 (鶴見俊輔『限界芸術論』勁草書房、1967年 pp. 273-284.)
 6) 清水崑「たのしい善良さ=ブロンディ雑感=」『朝日新聞』1949.1.21
 7) 安田常雄 前掲書、

「占領下で日本人がこの漫画に見たものは、まず電気冷蔵庫、電気洗濯機、電気掃除機にはじまって、居間、食堂、浴室、寝室のダブルベッドという『モノ』の威力であったことは疑いない。獅子文六をして『日本の最大の富豪でも、ブロンディ家だけの設備を持つ家はない』とためいきをつかせたのである。おそらく、庶民にとっても、ダグウッドが夜中に腹がへると、台所から両腕いっぱい食べ物をもって、寝室にもどり、大きなサンドイッチを作ってベッドでムシャムシャ食べる場面に、引き込まれたと思われる。また、同時に、日本人はそこに『民主的的家庭』のモデルを見たのであった。」⁸⁾

と、『ブロンディ』によって当時の日本人に「家庭電化製品と食べ物の豊かさ」と共に「民主的な家庭」のアメリカのイメージを形成したと分析する。

石毛直道にしても、「アメリカ的生活様式へのあこがれは消費生活の豊かさ、生活を支える機能的装置群に集中した。それは、ブロンディの漫画における冷蔵庫（そのなかにはいつも食料がつまっております）、分厚いサンドイッチがすぐにつくれる）、洗濯機、テレビ、自動車などに象徴されるくらしであり、アメリカ映画もその媒体であった。」⁹⁾

と、『ブロンディ』による影響を述べる。

このように、アメリカ映画と並列させながらも、『ブロンディ』に描かれた“くらし”、その“くらし”が当時の人々のあこがれを作り出し、具体的には「消費生活の豊かさ」と、それを支える電化製品などの機能的装置群へと方向づけられたと位置付けるのである。

また、加藤哲郎は1948年に開始されたNHKラジオ『アメリカ便り』と併せて『ブロンディ』が当時の庶民の「自由と民主主義と豊かさ」の夢をかきたてたのだと述べる。¹⁰⁾

このように、戦後日本の文化・社会意識の領域における研究文献において引用される『ブロンディ』の役割とは、「アメリカ映画や『アメリカ便り』のラジオと共に、アメリカのイメージを作り、そして描かれた“くらし”が、当時の日本人にアメリカ的生活様式へのあこがれを形成した」と定義づけているのである。

3. 『ブロンディ』の先行研究と分析

それでは、『ブロンディ』が『朝日新聞』で掲載された当時の『ブロンディ』の分析はどのようなものであろうか、その点について検討してみることにする。

連載当時の『ブロンディ』の研究分析において、最も代表的な今村太平は、バムステッド家の生活は、標準的なアメリカ市民の家庭であり、その『ブロンディ』漫画から示されるものは、アメリカ市民の生活が日本の我々が想像するほど決して豊かではないということで、「彼等もまた日本人と変わらない生活の苦しみをなめている」と述べる。そして、その生活とは、

「毎日あくせく働いても彼等は思う存分肉を食べるわけにはゆかない。子供にこづかいやるにも考え、帽子をかうにも頭をなやまし、電気の節約に寸秒を争い、たまの夕食も渋らなければならぬ。それはみじめな生活である。」¹¹⁾

と述べ、「賃金奴隷としてのあわれな俸給生活者を浮彫りにしたもの」と分析する。そこには後の研究者が位置づける「豊かさ」の表われなどはまったく見られないのである。

まして、登場人物にいたる分析では、ブロンディを、夫ダグウッドよりは理性的だが、良き妻となり良き母をめざすことから社会から離れ、社会について何一つ考えなくなった人形で、夫を迎える一つの家庭的な機械であると見なす。また、ダグウッドについても、彼の最大の快楽は、寝る

8) 安田常雄 前掲書、pp. 265-266.

9) 石毛直道「衣と食と住と」祖父江孝男編『日本人はどう変わったのか 戦後から現代へ』NHK ブックス、1987年 p. 40.

また、佐藤忠男も「冷蔵庫、自動車、近代住宅、ハイウエーなどわれわれが現在、何とはなしにいただいている『幸福な生活』の原型。こういったものは、あのころのアメリカ映画とブロンディ漫画によって形づくられたものでしょう。」と語る。(朝日新聞社編『日本とアメリカ』朝日新聞社、1971年 p. 133.)

10) 加藤哲郎『戦後意識の変貌』シリーズ昭和史 岩波ブックレット、1989年 p. 11.

11) 今村太平 前掲書、p. 234.

このつぎに食うことであり日々の労働が、人の頭脳を進化させずに、反対にそれを退化させ、しだいに考える能力を失わせた「思考することなき人間」と見なすのである。

今村の『ブロンディ』分析の結果は、日本と同じ「アメリカ市民の賃金労働者の悲哀さ」と、「資本主義がもたらす“人間性喪失”の警告」という資本主義の否定的な面を提示するものである。

このような資本主義社会がもたらす“人間性喪失”の姿を引き出す分析は、矢内原伊作においても見られる。

「人はもはや考へることをせずただ食べることを欲し、嘆くことをせずただ風呂にはいることを欲し、夢見ることがせずただ眠ることを欲するのである。

— 略 —

たゞ、ブロンディが機械化した社会に完全に安住し、自己をやすやすと機械化し、そのこはばりを彼女自身感ぜず人にも感じさせないほど寛いのであるのに反して、ひたすら休息を欲するダグウッドはそれだけ機械化した社会を圧迫として受け取ってゐると、いふことだけを指摘しておかう。」¹²⁾

作者チック・ヤングのねらいに焦点をあてた坂西志保の分析にしても、

「『ブロンディ』の哲学は疲労の一語につきる。繁雑な社会人としてのダグウッドの乞い願うものは、早く家に帰り、熱い風呂に入つて、一日の垢を洗いおとし、おいしい食事にありついて、やわらかい寝床のもぐり込むことだけである。」¹³⁾

との、資本主義社会の労働者の悲哀さを前提とした上で、社会の対極に位置する家庭の「労働の疲れを癒す」場としての機能面に焦点をあてる。

このように当時の『ブロンディ』分析からは、

前節で見てきた、戦後日本を振り返って議論する後の研究者とは大きく異なる。「『ブロンディ』によって、アメリカの生活の豊かさ、そしてアメリカ式様式にあこがれを抱いた」と定義づけられるような記述はまったく見当たらないのである。それでは、当時の読者はどのようなとらえていたのだろうか。次の節で読者の印象を拾い集めることにする。

4. 読者の『ブロンディ』を通してのアメリカのイメージ

豊かな生活と電化生活

井出孫六が「ダグウッドとブロンディ夫婦の演ずるアメリカの中流家庭の日常は、当時の空腹を抱えた日本人にはちょっと高嶺の花にみえ」¹⁴⁾たと述べる日常とは、亀井俊介が「ダグウッドがものすごく大きなサンドイッチを食べるのを見て、アメリカの豊かさを見せつけられたような感じがした」¹⁵⁾と述べるサンドイッチや、台所を舞台に描かれた食べ物から引き出された印象であろう。『ブロンディ』の中で描かれるサンドイッチを代表とした食べ物を通してアメリカの豊かさをイメージ化していると言える。自分史を語るなかで、『ブロンディ』にかなり大きな影響を抱いたと述べる山本明は、「私にとって、アメリカの生活とは『ブロンディ』に見る生活のことであった」と述べ、次のように語る。

「家事合理化が進んでいて、電気掃除機、電気洗濯機が使われ、風呂は、自動給湯機つきだし、大きな電気冷蔵庫には、ハム、ソーセージ、タマゴがいつも入っている。ダグウッドは、夜食に大きなサンドイッチを作って、ベッドでパクつくのである。

私たちは、こういうアメリカ式生活様式を、『ブロンディ』で知って、『いつになったら、こ

12) 矢内原伊作「ブロンディ論 現代人の笑いについて」木村徳三編『人間』第5巻 第四号 日黒書店、1950年4月1日 p. 59.

13) 坂西志保「アメリカの暮しと日本の暮し」『暮しの手帖』1948年9月、p. 47

同じ見解を、1948年4月10日付の『サタディ・イヴニング・ポスト』でジャック・アレクサンダーも「ブロンディが発散する魅力」と題しておこなっている。(L. Hogben 1949: *From Cave Painting to Comic Strip*, George Allen & Unwin Ltd., London. (壽岳文章・林達夫・平田寛・南博訳『コミュニケーションの歴史』岩波現代叢書、1958年、p. 182.)

14) 井出孫六『ルポルタージュ 戦後史』上 岩波書店、1991年、p. 115.

15) 鶴見俊輔・亀井俊介『アメリカ』文芸春秋、1980年 pp. 11-12.

んな豪華な生活ができるのだろう』と、半ばあきらめ気分で、アメリカを夢みたのであった。『ブロンディ』は、アメリカの日常生活が印刷されたショーウィンドウであった。¹⁶⁾

亀井と同じく、『ブロンディ』に描かれたサンドイッチに目が注がれている。今村が「肉を存分食べられないみじめな生活」と見ているのに対して、一方読者は夜食のサンドイッチに豊かな生活を見るといった大きなズレがある。

さらに、食べ物に代表される豊かさを電気冷蔵庫と共にパッケージ化し、そのパッケージ化されたアメリカの生活を夢見るだけでなく、「チック・ヤング作の漫画『ブロンディ』を読んで電気掃除機・電気冷蔵庫のような文明の力や、ダグウッド・サンドイッチに何度ヨダレを流したことか¹⁷⁾」と、現実獲得を望む意志まで形成されていたのである。

民主的生活と電化生活

家庭生活について注目してみると、家庭における夫と妻の位置についての記述が多く見られる。山本明は、「夫は妻の変わりやすい気分に戦々恐々としている¹⁸⁾」と述べ、また、獅子文六にいたっては、家庭において妻が主権をもっているとの印象から、新しい「主権在主婦」といった造語まで創って語る。

「ああいう形で、一家の主権が細君の手にあるのは、ブロンディの家庭ばかりではないであろう。やはり、ああいう家庭生活がアメリカに多く、それによって、アメリカ人は家庭の幸福を見出ししているのであろう。それにしても、我々の家庭と比べて、なんとという相違であることか。日本の主婦も、亭主より賢くなる時代がきたら、やはり、ブロンディ一家のように、主権在主婦になるのであろうが、その将来は近いのか、それとも遠いか。」¹⁹⁾

また、小野耕世は、

「電気冷蔵庫があって、洗濯機があって、文化的な生活なんですね。そして、そういう生活の細部とともに、暮らしのなかのモラルみたいなものが描かれているんですよ」²⁰⁾

と語る。描かれた家族の関係のモラルが、舞台背景の電化製品に導かれた文化的な生活とセットになって意識化されている点は注目すべきことである。

『ブロンディ』に描かれた家族関係のモラルとしての家庭の民主化の意識と家庭電化製品とがセットになった認知は、他にも見られる。1日に2、3回も水がきれ、チョロチョロとしか流れない心細い水道と配給の生木の薪で煙だらけの自分の家の台所の現実との差から、毎朝『ブロンディ』を読むたびに、ため息をついていたという青田安子さんは、次のように述べる。

「『亭主のダグウッドが家庭のなかで小さくなってオドオドしているのに、ブロンディの若々しく活動的なこと、それも手を汚さないで掃除や洗濯のできる電化生活と何か関係があるように思っていました。』²¹⁾

当時の主婦にとっても、活動的な妻ブロンディは電化生活に支えられてこそ可能とのイメージでとらえられているのである。家庭における主婦の位置が当時の日本ではかけ離れたものであり、それを現実に導くものは自分たちが今だ手にしていない電化製品であるとの考えであろう。

1949年4月12日付けの『朝日新聞』の天声人語においては、

「一家の責任者は亭主ではあるが、家庭の主権者はむしろ主婦である。どちらかといえば、夫の方から男女同権をさげびたいくらい。家庭における主婦の地位と権威はたいしたものである。…略…どこにでもころがっている小市民の家庭だが、冷蔵庫もあるし、その中にはいつでも食料が入っている。台所は電化されているし、主婦の悩みは皿洗いだけだ。家計の苦労という場面は一度も出てこない。」²²⁾

16) 山本明『戦後風俗史』大阪書籍、1986年、pp. 110-111.

17) 前掲書、p. 115.

18) 前掲書、p. 110.

19) 獅子文六『隨筆 山の手の子』1950年〔『獅子文六全集』第14巻 朝日新聞社、1969年、p. 145.〕

20) 小野耕世「ターザンと原子力」『—15人が語る占領下の青春— 戦後体験の発掘』三省堂、1991年、p. 117.

21) 天野正子・桜井厚『「モノと女」の戦後史』有心堂、1992年、p. 137.

22) 「ブロンディと米国女権史」天声人語『朝日新聞』1949.4.12.

と述べている。どこにでもある小市民の家庭との認識、しかし、豊かで、家庭における高い主婦の位置、この大きな違いは、電化製品に支えられているからとの認知のされ方を読み取ることができる。

このように家庭生活の面においても読者の印象は先行研究とは大きく異なる。家族関係を民主的な関係と見なし、家電製品に支えられた合理的な生活ぶりにあこがれを抱くのである。

読者が語るイメージから『ブロンディ』に対する認知の共通の要素を抜き出すことにすると、食べ物を象徴とした1. 豊かな生活、科学技術が家庭に浸透したものとしての2. 家庭電化製品、そして家庭内の主婦の主導権に見られる3. 民主主義、の3点に収斂される。ただし、重要な点は、このようなアメリカの家庭生活とは進んだ技術が家庭に取り入れられた家庭電化製品に支えられてこそ可能となるとの認知化を行っている点である。要約すれば、1も3もそれぞれ2の家庭電化製品をともなって認知されているということで、3つの要素のうち2の家庭電化製品の要素が核となっているということである。

第2章 漫画『ブロンディ』の世界（舞台装置・道具・内容の統計から）

1. 舞台装置・道具の統計データから見た『ブロンディ』

同一の漫画『ブロンディ』にもかかわらず、このようにまったく異なった先行研究の分析と読者の印象が浮き彫りにされた。この大きなズレが生じた事実は何らかの片寄った見方が読者に存在したためではないのか。このような予見のもとに、『朝日新聞』に連載された実際の『ブロンディ』に描かれた舞台装置や道具、そして内容について分類し、その登場回数について統計をとって導き出された客観的データが表1である。このデータを基準として、仮に他になんら影響を受けないものとするならば、舞台装置と道具や内容が多ければ多いほど認知は深まると考えられる。も

し、少ない登場回数にもかかわらず、強く認知されたのであるならば、そこにバイアスのかかったまなざしがあったことが立証されるであろう。

始めに、舞台装置・道具の統計から見ることにする。『ブロンディ』が掲載された日数は1949年に355日、1950年に309日、1951年が70日と、合計734日であった。²³⁾ その中で、もっとも多く登場した舞台装置はパーソナルチェアの137であった。それは、漫画Aに見られるように、ダグウッドが腰掛けて新聞などを読みながら家族との会話のやりとりの妙を描くシーンの多さを裏づけるものである。2番目に多かったのは漫画Fに見られるキッチンの110であり、漫画Bで描かれた朝食時の夫婦の会話の舞台となるダイニングの46と合わせると156になり、食事にかかわって描かれたシーンの多さと理解できる。また、3位につけた92のベッドにしても、漫画Cに見られるような就寝時の夫婦のやりとりを中心として描かれており、漫画Dのダグウッドの昼寝の道具として登場する5番目に多かった長いす77と合わせると169となり、睡眠に係わるストーリーの多さが理解できる。漫画Hのダグウッドの入浴シーンの洗面・バスの75を含めて考えて見ると、家庭生活中心に描かれた漫画であることがわかる。

次に食べ物はどうか。山本明があこがれを抱いたダグウッドサンドイッチは33であり、決して多い数値とは思えない。しかし、ダイニング・キッチンの156や、数々の種類の食べ物の合計121の数値から押し測ると、食生活に関してはかなり取り扱われていると言えるわけで、ダグウッドサンドイッチが漫画Cで描かれているように夜食として登場し、通常の食生活以上の食べ物として描かれているゆえ、食生活は満たされているものとのイメージ化がなされたと言えよう。山本には有り余る食生活としての食べ物の象徴として、その余りにも大きなサイズのサンドイッチが強く印象に残ったのであろう。

家庭電化製品はどうであろう。4番目に多かった冷蔵庫の87を筆頭に電気缶あけ器の2までの家庭電化製品の合計は124となる。ただし、冷蔵庫87

23) 1日に掲載される4コマ漫画で登場した装置・道具及び内容の項目ごとに数えたもので、1つの項目が1コマにしか登場しなくても、また4コマともに登場しても1つのストーリー漫画の登場として1と数えた。なお、会話に登場する装置・道具及び内容についても登場したものとしてカウントした。

ブロンディの舞台装置・道具の統計 合計734日 ('49年1月～51年4月15日)				
	49年(355)	50年(309)	51年(70)	合計(734)
家庭電化製品類				
冷蔵庫	38(13)	42(5)	7(2)	87(20)
掃除機	6(5)	9(6)	3(1)	18(12)
洗濯機	2(1)	2(1)	0(0)	4(2)
電気パン焼機	3(3)	0(0)	0(0)	3(3)
ラジオ	0(0)	3(2)	0(0)	3(2)
テレビ	0(0)	3(0)	0(0)	3(0)
アイロン	2(1)	2(1)	0(0)	4(2)
ヘッドライター	0(0)	1(1)	0(0)	1(1)
電気缶あけ機	1(0)	1(0)	0(0)	2(0)
合計	52(23)	63(16)	10(3)	125(42)
ガスコンロ	20	28	2	50
湯沸かし機	0	0	1	1
ストーブ	9	7	0	16
電話	30	30	5	65
玄関ブザー	10	5	2	17
他の道具				
ほうき	6	5	0	11
ちりとり	1	0	0	1
モップ	1	3	2	6
手動掃除機	0	0	2	2
芝刈り機	3	2	0	5
水まきホース	4	1	0	5
パイプ	19	15	2	36
万年筆	3	4	0	7
ゆたんぼ	3	0	0	3
住まい・インテリア				
パーソナルチェア	57	61	19	137
長いす(寝椅子)	35	30	12	77
ベッド	41	46	5	92
洗面・バス	33	34	8	75
キッチン	52	47	11	110
ダイニング	16	25	5	46
地下室	3	1	0	4
庭	6	4	0	10
子供部屋	2	3	1	6
子供の机椅子	4	0	1	5
クローゼット	8	18	2	28
交通				
バス	13	4	2	19
バス停	7	0	1	8
タクシー	2	0	0	2
車	0	1	0	1
職場	14	14	3	31

	49年(355)	50年(309)	51年(70)	合計(734)
食べ物				
サンドイッチ	13	17	3	33
ハンバーガー	1	0	0	1
ドーナツ	2	1	1	4
パン	2	4	1	7
ケーキ	1	0	0	1
パイ	3	1	1	5
スープ	2	1	0	3
サラダ	1	3	0	4
肉類	6	6	0	12
たまご	3	7	0	10
ミルク	2	0	0	2
コーヒー	10	3	1	14
アイスクリーム	2	1	0	3
ガム	2	1	0	3
菓子類	10	3	2	15
ジュース類	3	1	0	4
合計	63	49	9	121

ブロンディの内容の統計 合計734日 ('49年1月～51年4月15日)				
	49年(355)	50年(309)	51年(70)	合計(734)
家庭の内容				
食事	57	73	12	142
睡眠	38	45	5	88
昼寝	23	21	9	53
入浴	16	14	5	35
出勤を急ぐ	14	9	2	25
キス	11	8	6	25
買物	27	36	10	73
夫の家事手伝い				
皿洗い	13	5	3	21
掃除	4	3	0	7
修理	0	7	3	10
その他	18	4	0	22
妻から夫への指示	78	59	18	155
夫から妻への指示	9	8	3	20
妻にやりこめられる夫	18	11	4	33
夫の読書				
新聞	24	23	8	55
雑誌	19	34	6	59
妻の読書				
新聞	4	8	2	14
雑誌	6	4	1	11
妻の編物	4	3	2	9
仕事での内容				
賃上げ	2	0	1	3
遅刻	4	2	1	7
昼寝	2	2	0	4
その他	1	6	1	8

A '50.12.7

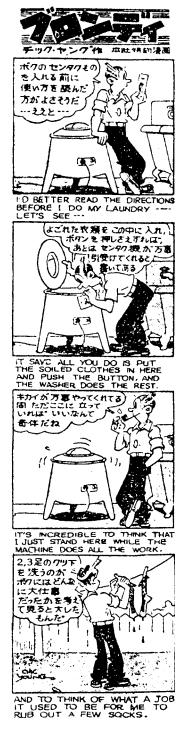
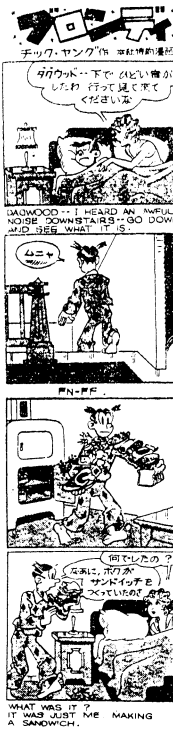
B '50.4.29

C '50.3.1

D '51.2.4

E '50.6.9

F '50.3.16



G '50.11.5

H '51.2.11

I '50.11.1

J '51.4.13

K '50.10.4



は多いとしても、他の電気製品個々の登場回数は決して多いとは言えるものではない。掃除機が18で、その他の道具として描かれるほうきの11と比べて多いと言えるであろうか。また、マニュアルを見ながらダグウッドが洗濯機を動かす姿を描いた漫画Eの電気洗濯機にいたっては4回の登場にしか過ぎないのである。電気缶あけ器2にしても押し売りによるまがい物として登場したもので実用性のあるものとして描かれたものではない。トータル734の分母数から考えて冷蔵庫を除く電化製品の数値が他の装置・道具に比べて余りにも少なすぎると言えるのではないか。

漫画Fでは帰宅したダグウッドがクローゼットに服をしまい夕食の準備をするブロンディのところへやってきて話し合うストーリーである。キッチンと認知できる道具としてガスコンロがあり、ブロンディが調理している。冷蔵庫はというとこれもキッチンを示す道具として、2人の後ろに置かれてはいる。しかし、使用する場面はなく、かなり意識的に目を注がないと冷蔵庫と認知すらできないものである。これに比べて、漫画Cはダグウッドが台所へ降りてきたものの寝ぼけてサンドイッチを作り寝室へ帰って来るおかしさを描いているが、冷蔵庫から材料を取り出してサンドイッチを作る場面が描かれており、機能をも読み取れる冷蔵庫として認知できるものである。このように漫画Cで描かれた冷蔵庫と漫画Fのように単なる舞台背景の家具の一つとして描かれたものとは大きく質的に差がある。漫画Fの冷蔵庫は電気冷蔵庫として合計87の中にカウントされているものの、台所を表現する舞台装置の一つとしてチック・ヤングが描いているわけで、電気冷蔵庫を知らない人にとっては単なる家具の一種と認知するだけかもしれないということである。このように詰めて考えれば、家電製品は使用されて始めてその製品が正確に認知されるわけで、特に冷蔵庫の場合はキッチンの家具システムに組み込まれていて、使用されていない場合はよほど注意をしないと冷蔵庫と認知できないと言うことである。

そこで、舞台装置の中で描かれた家電製品が使用されている場面などの読者が家電製品としてはっきりと読み取れる数字を数え上げてみるこ

にした。その数値を家電製品9項目の後に() づけで表した。すると、冷蔵庫も20となり、家庭電化製品全体の合計は42となるのである。したがって、冷蔵庫に関しても、機能を示す() の数値の20のみがほぼ正確に冷蔵庫と認知したことになり、全体の42の数値は漫画Eで描かれているダグウッドの愛用のパイプの数値36と変わらない数値であることが分かる。このように機能を果たした() の数値を基準に電化製品を検討してみると、読者が抱いた「家電製品に溢れた生活」との認知のされ方に疑問を抱かされざるえない。電気掃除機の(12)の数値は、掃除という同じ機能を果たすほうきの11とちりとり1を合わせた数値とまったく等しい数値となる。余暇として椅子に座っている場面が137あり、その登場回数に見合った数値でラジオやテレビを楽しんでも良いと思われるのだが、ラジオやテレビの項目は共に3であり、それも機能を示す登場はラジオの2回だけである。電気パン焼機にしても、食事にかかわるダイニングの46の数値に見合う登場があってもおかしくないのだが、3回しか登場していないのである。毎日かかさず『ブロンディ』を愛読していた読者でもない限りバムステッド家にある家電製品のすべてを把握することができない。そこで、たった1度のある品目の家電製品との出会いをもとに読者は他の家電製品を連想しながら認知したとしか説明のしようがない。このようなことから、当時の読者は家庭電化製品に対し少ない登場回数にもかかわらず強く印象づけられ、まためったに目に触れることができない電気掃除機や電気洗濯機等についても意識的に目が注がれていたといったバイアスのかかったまなざしがあったと言えるのではないか。

また、読者が抱いた「家庭電化製品に溢れた生活」との認知は、後の研究者までも巻き込み、引き継がれていたことがこのデータから引き出された。1章で紹介した石毛直道は、戦後日本がアメリカの生活様式にあこがれをもったことを語る上で、当時の人々が「ブロンディの漫画における冷蔵庫(そのなかにはいつも食料がつまっており、分厚いサンドイッチがすぐにつくれる)、洗濯機、テレビ、自動車などに象徴されるくらし²⁴⁾」に集

24) 石毛直道、前掲書、p. 40.

申したことを述べていた。しかし、統計で示される交通の欄の車の項目の1は娘クッキーが「モータースクーターを買って」と父ダグウッドにねだるシーン²⁵⁾を数えたに過ぎず、タクシーの2を除いて車は登場しない。また、テレビに関しても確かに統計のテレビの項目で3回登場するが、漫画Gに見られるように隣のウッドレイが所有するテレビを盗み見するため大きな鏡を持ち出し、家族そろってその映像を鏡に映して見ようとしている場面、隣のウッドレイがプロレスを見ないかとダグウッドを誘う場面²⁶⁾、そして入浴中のダグウッドに調査員がテレビのアンケートをしにくる場面²⁷⁾の計3回の登場である。このように『朝日新聞』に掲載された『ブロンディ』に関する限り、バムステッド家にはテレビも、自動車も所有していないのである。それゆえ、石毛の『ブロンディ』の記述は、当時の読者の片寄った認知の上に立ったものであり、実際の『ブロンディ』と、読者の認知のされ方についての分析が抜け落ちていたと言えるのではないか。

2. 内容統計から見た『ブロンディ』の生活と家族関係

それでは、『ブロンディ』に描かれた生活の内容とはどのようなものであったのか。内容の統計を中心に検討してみることにしよう。

舞台装置と道具の統計でキッチンやベットが多く登場していることから食事と睡眠にかかわる多さを見てきた。内容から見ても、このことは裏付けられる。漫画Cに見られる夜食や漫画Fの料理の場面、そしてダグウッドのつまみ食いなどを含めた食事に関するものは142にもおよぶ。また、漫画Cは睡眠とも重ねて描いているわけで、漫画Dのダグウッドの大好きな寝椅子と呼ばれる長椅子に横になる昼寝のシーンをあわせると141である。食事と睡眠のシーンが数多く登場している上、驚かされるのはどちらも同等に表現されていることである。それらに比べると、漫画Hに見られる疲れを癒す入浴シーンは35と少ない。

また、資本主義経済において、家庭がはたす機能の一つの消費シーンも75の数値で他の内容から比較すると多い。漫画Iはレストランに二人で出かけるシーンである。妻を喜ばそうとしたダグウッドが、結局妻の外出の服と帽子の消費がかさなり、多額の出費に至ったことを悔いている。また、漫画Jは『ブロンディ』の中に良く登場する消費の一場面、それがまたセールスというよりは“押し売り”であるということが奇異に感じられなくもないが当時のアメリカでは日常なことであったのであろう。特に漫画Jでは、ダグウッドは買わずに追い払おうとするが、ブロンディはいつも買おうとすることを皮肉って描いたものである。消費に関しては、夫は財布を握ってはいるが、服や帽子といった妻の消費が中心に描かれ、消費の主体性は妻であることが読み取れる。

仕事について見ると、1章の『ブロンディ』登場で採り上げた漫画に見られるダグウッドの出勤を急ぐ場面を描いたものは25であり、漫画Kではダグウッドが賃上げの要求を餌に社長から食事をご馳走になるシーンで、このような仕事場を描いたものは31である。他には、仕事の最中に昼寝をしたり、ブロンディに電話をしたりと、それなりに勤務しつつも、すきをねらってはさぼろうとする。そこには、拘束された時間と空間から何とか逃れようとする姿であり、今村氏や、矢内原が指摘するような資本主義がもたらす人間性喪失の機械的な人間として伝わってこない。ただ、ダグウッドが暇があれば昼寝をしようとする行動(53)や、出勤を急ぐ(25)シーン、そして家族の会話に社会を論じることのないダグウッド、また家庭に閉じ籠っているブロンディから、掲載当時の分析者は資本主義の社会構造に迫るべき意欲的な分析を行おうとの意図があったのであろう。²⁸⁾

舞台装置・道具、内容の統計データから引き出された『ブロンディ』の実像としては「できるだけ家計を抑えることが底流に流れていて、楽しみと言えば、満足させる食事と心地よい睡眠、そしてゆったりと椅子に座っての読書と、入浴ができ

25) 『ブロンディ』『朝日新聞』1950年11月21日付け

26) 『ブロンディ』『朝日新聞』1950年3月28日付け

27) 『ブロンディ』『朝日新聞』1950年5月27日付け

28) 橋爪大三郎は『冒険としての社会科学』の中で、戦争直後の知識人の大部分がマルクス主義のシンパであったことを述べている。(橋爪大三郎『冒険としての社会科学』毎日新聞社、1989年、p.16)

れば最高といった決して高望みのない小市民の生活」と言えるわけで、先行研究の暮らしぶりの分析はデータから裏づけられよう。しかし、先行研究者は夫婦関係を中心にした家族関係に目が注がれていなかった。

それに反して、読者は『ブロンディ』漫画のストーリーの中心となす夫婦のやりとりに目が注がれた。漫画Dでのダグウッドが心地よく寝ているにもかかわらず妻に用を指示され起こされてしまうストーリー。Hの入浴シーンでも、その楽しみを妻や子に妨げられるダグウッド。この家族関係は統計にも、はっきりと表われる。「夫から妻への指示」20に対して、「妻から夫への指示」が約8倍の155なのである。このことが、当時の読者をして『ブロンディ』を「民主的な家庭生活」を描いたものとの認識となり、獅子文六の“主権在主婦”に代表される妻の家庭での位置の高さとして、認知されたのであろう。

4. 読者の家庭電化製品へのバイアス

これまで、実際の漫画の舞台装置・道具およびその内容の統計資料と、漫画に描かれたストーリー展開と合わせて『ブロンディ』の実像にせまりつつ、当時の読者が抱いた1豊かな食生活、2家庭電化製品、3民主主義の印象の要素を比較・検討してきた。食事と睡眠が非常に多く描かれているところから、先行研究の今村太平が「賃金奴隷としてのあわれな俸給生活者の浮彫りである」²⁹⁾と言いきるのも無理はない。しかし、夜食に登場するビックなサンドイッチを食生活充実の象徴として印象づけられた読者の「豊かな生活」の要素は、他の食べ物や食事にかかわる装置・道具の多さと、当時の行き届かぬ食料事情も加味して考えると納得のできるものであった。

民主主義の要素に関しても、先行研究の今村、矢内原は共に登場人物を資本主義がもたらした「機械化された人形」として結論づけ、家族関係について考察していなかった。それに対して読者は、「妻から夫への指示」155という頻度で妻の家庭での位置の高さを示すストーリー展開に触れ、それを「民主主義」としてイメージ化したのであ

る。ただし、これら2つの要素はただ単にイメージとして捉えたに過ぎず、現実化にむけて、具体的にどうすれば実現できるのか、当時の人々には描くことができなかった。

ところが、「豊か」で、“民主的”なアメリカの生活、それは“家庭電化生活”に支えられてこそ可能」との一連のイメージの核として捉えた要素である家庭電化製品は他の要素とは異なるものであった。家庭電化製品、それはあこがれのアメリカの生活様式の結晶化されたもので、この具体的な物としての家庭電化製品を手に入れることで、残るあこがれのアメリカ様式2つをも手にはいるとの自己目的化がなされたのである。にもかかわらず、データから比較検討して見れば結晶化された“家庭電化製品”のみがその印象要素に見合う数値を得られなかった。バムステッド家において所有する家電の種類は多くもなく、また統計が示すように登場回数も決して多いとは言いがたいことが浮き彫りにされた。それゆえ、この結果は逆に当時の人々の家庭電化製品へのバイアスのかかったまなざしがあったことを裏付けるものと言えよう。

次回以降、このようなバイアスの形成メカニズムについて、そしてそのバイアスのかかったまなざしが戦後日本の生活文化にどのような影響を与えたのかを検討しながら考察をすすめていく予定である。

参考文献

- 坂西志保、「アメリカの暮しと日本の暮し」『暮しの手帖』1948年9月
- 矢内原伊作「ブロンディ論 現代人の笑いについて」木村徳三編『人間』第5巻 第四号目黒書店、1950年4月1日
- 獅子文六『隨筆 山の手の子』1950年〔『獅子文六全集』第14巻 朝日新聞社、1969年〕
- L. Hogben 1949 : *From Cave Painting to Comic Strip*, George Allen & Unwin Ltd., London. (壽岳文章・林達夫・平田寛・南博訳『コミュニケーションの歴史』岩波現代叢書、1958年)
- 今村太平「アメリカ漫画と日本漫画」『芽』思想の科学機関誌、1953年〔『漫画映画論』同時代ライブラリー 岩波書店、1992年〕

29) 今村太平、前掲書、p. 239.

- 作田啓一「戦後日本におけるアメリカニゼーション」
『思想』第4号 岩波書店、1962年
- 鶴見俊輔『限界芸術論』勁草書房、1967年
- D. Riesman 1964 : *Abundance for what? and other essay*, Doubleday & Company, Inc., New York.
(加藤秀俊訳)『何のための豊かさか』みすず書房、
1968年
- 朝日新聞社編『日本とアメリカ』朝日新聞社、1971年
- 江藤文雄・鶴見俊輔・山本明『大衆文化の創造 講座コ
ミュニケーション4』研究社、1973年
- NHK 放送世論調査所編『図説 戦後世論史』NHK ブッ
クス、1975年
- 五百旗頭真『米国の日本占領政策』上・下 中央公論
社、1985年
- 山本明『戦後風俗史』大阪書籍、1986年
- 石毛直道「衣と食と住と」祖父江孝男編『日本人はどう
変わったのか 戦後から現代へ』NHK ブックス、
1987年
- 石川弘義『欲望の戦後史』廣済堂、1988年
- 鶴見俊輔『思想の落とし穴』岩波書店、1989年
- 加藤哲郎『戦後意識の変貌』シリーズ昭和史 no.14 岩波
ブックレット、1989年
- 色川大吉『昭和史世相篇』小学館、1990年
- 鶴見俊輔『鶴見俊輔集7 漫画の読者として』筑摩書房、
1991年
- 井出孫六『ルポルタージュ 戦後史』上・下 岩波書
店、1991年
- 天野正子・桜井厚『「モノと女」の戦後史』有信堂、1992
年
- 桜井哲夫『可能性としての「戦後」』講談社、1994年
- 中村政則・天川兎・尹健次・五十嵐武士編『戦後日本
占領と戦後改革 第3巻 戦後思想と社会認識』
岩波書店、1995年

Blondie : Americanization in Japan
after the second World War

ABSTRACT

The serial comic strip *Blondie* appeared in *Asahi shinbun* from January 1, 1949 to April 15, 1951. Chic Young, the cartoonist who created *Blondie*, depicted the life of a typical American middle-class family. Those Japanese critics interested in *Blondie* at that time analyzed *Blondie*, saying that it shows the life of the pitiful working class family. General readers in Japan, however, seem to have got the impression that it depicted the life of a rich and democratic family with plenty of household electrical appliances.

I think their 'misperception' reflected their underlying consciousness in those days. On this assumption, I have classified the stage settings and the contents of *Blondie* and taken statistics on them. The results show that the items of household electric appliances were considerably over-represented in the mind of general readers. I go on to examine the concept of 'Americanization' that has occurred during the post-war Japan by exploring the mechanism which led to this type of bias or 'misperception'.

Key words : Blondie, bias , Americanization