

## Seventeen (セブンティーン)

Philadelphia, Pa. : Triangle Pu. , 1944 —



1945年1月号表紙

本誌はまだ「ティーンエイジャー」という言葉の概念がなかった1944年にアメリカで創刊され、10代の女性向け雑誌の先鞭をつけた雑誌である。その前身はハリウッドスターのファン雑誌「Stardom」だが、単なる誌名変更にとどまらない全面的刷新を行なったようだ。当時20代前半の女性に圧倒的人気を博していた「Mademoiselle」誌（Street & Smith Pub. 1935—2001）の「妹版」雑誌を意図したのであろう。この刷新にあたって、編集長に「Mademoiselle」誌の元プロモーションマネージャーを迎えている。本誌はその後「Teen」（1957）や「YM」（1986）、「Sassy」（1988）などのライバル誌が次々登場し、また女性の生き方や合衆国全体の価値観や経済背景が変動するなかにあっても、つねにティーンズ雑誌の筆頭グループに位置している。とくにアメリカの18歳人口増加ただ中の2001年には

「Elle girl」や「Teen vogue」などの本格的ファッション雑誌が参入したにもかかわらず、本誌は238万部（ABC\*調査）というトップクラスの販売部数をキープ。ページ数こそ最盛期より減少しているものの、力強く存在を主張している。

創刊当初の大判で上質の紙を用いた誌面は、比較的大きな（あるいは1ページ大の）ファッション関連広告が多く、体裁が良かった。当初の表紙グラビアからは「愛らしく清楚で、未知なる将来とボーイフレンドや結婚への憧れと恐れとを抱く、しかし自我の芽生えを意識した乙女」という当時の理想的読者層のイメージを感じ取ることができる。若いエネルギーと何物にも束縛されない自由を全身で表わしている現代の表紙モデルたちと比べると、この60年間に女性全般に対する認識の変化、さらに10代後半の女の子たちの自我意識やライフスタイル観がいかに著しく変化したかを感じずにはられない。

本誌の編集方針は常に一貫している。創刊当時の表紙に時々現われるキャッチフレーズ「Young fashions & beauty, movies & music, ideas & people」のとおり、本誌はティーンエイジャーの夢と現実の生活全体を網羅する雑誌である。創刊2周年目に当たる1946年9月号の記念記事では「…a magazine for a world-conscious generation that was more adult than adults knew（世の中への意識をもち、大人たち



1945年1月号「round figure (ぽっちゃり型) 女の子」へのページの、ファッションイラスト

が思っているよりもオトナな世代、のための雑誌」と自らを説明している。これは「大人はわかってくれない」と思いがちなティーンエイジャーにとって、たいへん魅力的なキャッチフレーズであろう。この姿勢は幾度も出版社変更を経ても変わらず、編集長のコメントなどに表現されている。Amazon.comの同誌紹介文でも「ヤングミスたちに何かとアドバイスを与え、また勇気づける雑誌」と評されている。そして目次からは、ハイティーンの悩みや恐れ、好奇心の対象は、実は今も昔もたいして変わらないことが見て取れる。例えば40年代の目次「Why don't parents grow up? (なぜ両親は成長しないの)」や「Are boys people? (男の子って、何?)」は、表現こそ変わっても21世紀の誌面にも頻繁に現われるトピックス。大きく異なったのは社会全体の常識のほうであろう。

ポップ音楽やポップアート、映画、テレビやそのスターたちの記事のほかに、本誌は啓蒙的要素も創刊当時から含んでいる。毎号ジュニア向けの短編小説を掲載し、読者のイラストや文学作品コンテスト、クラシック音楽コンペティションも行なっていた。また進学のこと、大学別キャンパスライフの紹介、職業紹介、アルバイト、寄付やボランティア活動、海外の紹介など、お手本としていた「Mademoiselle」誌と同じような目次が並んでいる。ただしあくまでも「若い妹」への穏当な記事であって、文体も読みやすい。そしてパーティーのレシピ、プロム（高校卒業パーティー）に着ていく服、アイスクリーム、“Yahoo”など、毎号ティーンエイジャーの日々を充実させる楽しい情報と実生活に即した知恵を授ける記事を満載。さらに女性徴兵制度の是非、レイプやセックスと病

気、ドラッグ、未成年の法律的な制限と基本的人権の問題、貧困や違法滞留者の子が直面する問題など、社会を反映するシリアスな事柄も取り上げ、事例を挙げてわかりやすくリベラルな立場で解説・啓蒙している。

50年代あたりまでの本誌掲載ファッションは、「Mademoiselle」誌と見た目に大差がない。ハイティーンと20代前半の女性と同じような装いをしているが、後にティーンや大学生たちの服装の基本となる「カジュアル」というカテゴリーがまだ生まれていなかったからであろう。わずかにギンガムチェックやストライプなどのコットンドレスやバミューダパンツに若々しさが見える程度である。60年代にミニスカートが登場し、そしてジーンズが若者のユニフォームになってようやく10代らしい若々しさが顕著になってくる。しかしファッションの目次に見える「Daddy, May I borrow your tie? (パパ、このネクタイ貸してね)」や「Mother would scream at this! (ママが悲鳴をあげる装い)」、「Mother would beam at this! (ママが目を見張る装い)」などのかわいらしい見出しは当時の10代向け雑誌ならではの、ではないだろうか。当時はティーンズサイズの既製服のみ掲載することをモットーとしていた。そのため、まさに50年代のテレビホームドラマで当時の日本人があこがれた、アメリカ中流階級の清楚で愛らしいお嬢様スタイルを見ることができる。掲載商品の価格とその小売販売店リストも載せている。まだファッションやメイクアップ、ヘア・ドゥ（髪型）のページもイラストと解説文が中心で、広告誌面以外は現在のようにモデルを使用した写真はほとんどない。裁縫がポピュラーだった時代を反映し、家庭洋裁用のデザインイラストも載せてあり（小売店で既成パターンが購入可能だった）、読者作品のコンテストも行っていた。

1970年代に入るとともに、本誌は広告媒体としての雑誌のパワーを積極的に広告関係者へ売り込む。そして1984年には対前年比25%増の広告収入を得、ページ数は対前年比15%増の1500ページという飛躍を成し遂げた。まさに、70年代、80年代の本誌をカラフルに彩っているのは圧倒的な数の広告誌面。ナイトウェアからパーティードレスまでの衣料をはじめ化粧品、香水、バッグやシューズその他アクセサリー類などの広告誌面は、全体としてトレンドや着こなしのカタログの役割も果たしており、見る者をワクワクさせる。そのなかにほんの数ページから半ページにも満たない特集や連載ページやコラムが紛れ込んでいるのだ。

現在の本誌ファッションページを「Elle girl」など同年齢でも流行の最先端をいくファッションフリーク対象のファッション誌と比較すると、流行を自分らしく（予算的にも体型や環境的にも）取り込みたい普通のティーンのための情報、というスタンスがよく現われている。彼女たちにとっての「流行」は、パリやミラノの高級ブランドファッションのそれではなく、ストリートファッションであり、シューズやベルト、小物アクセサリーの“Hot”アイテムを用いて、安価な通学服やジーンズをいかに“Cool”に着こなすがその中心である。すでに80年代後半からアフリカ系やヒスパニック系モデルも起用し、また今世紀に入ってからとはとりわけ読者に親しみを感じさせる普通の感じの女の子を数多く誌面に登場させており、全体的にとり澄ました印象がない。真実のティーンに焦点を絞り、読者との密接な関係を保つという編集方針をファッションページでも貫いているというところであろう。

（福田紀子）

\* ABC (Audit Bureau of Circulations) = 1914年に設立された、合衆国およびカナダのメンバー企業が発行する雑誌・新聞その他出版物の発行部数・読者層などに関する監査組織