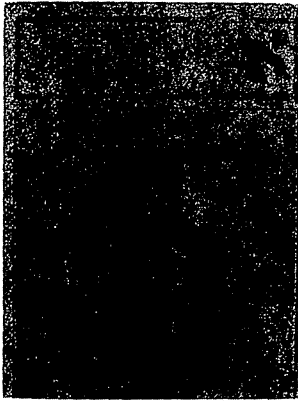




大判雑誌

昨今はグラビアの多い大判雑誌が大流行である。総合雑誌、文芸雑誌、その他一部の雑誌を除いてほとんどが大判化していると言っている。昭和四十一年七月二十七日号の『週刊言論』に、大判雑誌についての面白い記事がある。以下、要約して紹介しよう。

「外国では、大部数を誇る大衆雑誌は、ほとんど大判である。日本でも近ごろ、婦人雑誌が続々と大判となる傾向がある。この傾向は種々の理由でいまのところ婦人雑誌のみにとどまる公算が強い。というのは、日本人の生活環境が、まだまだ狭いということだ。家庭雑誌が大判化の先頭をきったのは、たぶん、写真を多く入れなければならぬ記事が大半を占めているという点に起因しているのではないか。そういう編集面と、同様に見のがせないのは広告面の問題である。効果のある広告、やはり大判の美しい印刷の、比較的良好な読者層をもった部数の多い雑誌が、いちば



週刊朝日の創刊号
(大正11. 2. 25)

んだとスポンサーたちは考えるわけである。日本の場合、スポンサーがそういう要望をもつようになるかどうか、いちおう大判化推進のカギを握っているといえる。生活環境のほうは、そう簡単に改まらないだろうから……」

また、柳田邦男氏が昭和四十一年七月の『国際写真情報』で「今後の雑誌の形態は読む雑誌から見る雑誌に移って行くだろう」と指摘しているのは興味深い。

逆に、週刊朝日やサンデー毎日のように、大判からB5版に縮小された雑誌もあるが、それは例外とみてよいだろう。というのは、その背景に多分に戦争の影響があるからだ。両誌とも大正十一年に創刊され、グラフィック大の大きさであったが（その大きさについては、外国誌の影響と、両誌とも新聞社系の雑誌であることから、新聞の形態からの影響が考えられる）、第二次大戦直前に現在のB5版の大きさに変っている。

戦後、昭和三十年代の週刊誌の黄金時代を迎え、さらにレジャー・専門誌時代に突入した現在大判雑誌は花ざかりである。



サンデー毎日の創刊号
(大正11. 4. 2)