

映画の人気と戦前期の日本製ポスターとの関係——映画雑誌を中心にして

田島奈都子

1920年代半ば以降の日本においては、映画が庶民の娯楽として定着し、それと連動するかたちで、映画雑誌の創刊が相次いだ。一方、戦前期の日本の商業ポスターは、女性を主題とした作品の人気が高く、その製作者となる図案家たちが活用したのが、魅惑的なポーズや表情の女優写真をふんだんに掲載した映画雑誌であった。事実、この種の雑誌に掲載された女優の写真と、ポスターを対照させてみると、一致する例が少なからず見つかる。こうした実態は、当時の図案家の作画方法の一端として興味深い。しかも、雑誌は発行年月日が正確に判明していることから、雑誌に掲載された写真の利用は、ポスターの製作年代の絞り込みにもつながり、紙面上に記された目次や写真キャプションは、主題となった女優の氏名を教えてくれる。このように、映画雑誌はポスター研究者にとっても資料的価値が高く、今後とも積極的な利用を心がけたいと思う。

A Study on the Popularity of Movies and Japanese Posters: Focusing on Film Magazines

Natsuko TAJIMA

After the mid-1920s in Japan, movies became a dominant popular culture, and this trend accompanied the flourishing of film magazines. In addition, the popular images for commercial posters in those days were related to females, and graphic designers referred to photographs of actresses in magazines. As proof of this, it is not rare to find the same images of females described in posters resonate with portraits of actresses in a magazine. It will be an excellent example of how graphic designers in prewar periods produced a visualization. Furthermore, since images in magazines are easy to find an accurate date in a colophon, it will help determine when those ephemeral commercial arts, such as posters, were produced. This paper emphasizes the importance of film magazines for researchers in commercial arts.