

(研究ノート)

モード雑誌の表現分析方法の可能性

—「書かれた衣服」から近代女性を探る—

香川由紀子

1. はじめに

服飾はジェンダーを一目で表すものとして機能しうる。実際に、「貞淑さ」、「優雅さ」、「澆刺さ」といった時代ごとに変化しつつ求められた「女性らしさ」は、身だしなみ、つまり服装の規範に現れてきた。女性に第一に求められる美德とは「貞淑さ」であるが、「女大学」を始めとする女性の修養書では、これを「清潔な着物を襟元や裾を美しく合わせて身に着けよ」と示して説いている。近代に入り儒教的教えが色を薄めると、今度は文明化の証として身を美しく飾ることが奨励されるようになる。西欧文化を摂取して女性にも広い交際が必要という価値観が出現すると、健康で澆刺とした身体とそれを包む衣服が奨励されるようになり、子どもを産む性としての身体が重視されるようになると、窮屈な衣服からのさらなる解放が進められていく。

服飾は記号である。「女性らしい服装」も制度や社会を映してきた。ただし、服飾における「女性らしさ」は、常に抑圧的に提示されるとは限らない。例えば雑誌は、女性自身の好みを引き出しながら一定方向へと誘導する力を持つ。女性自身の心にうったえる巧みな言葉や画像を用いてモードを生み出し、女性たちは自ら服飾を選びとって身に着ける。そうして身に着けた服はまた、個人の記号となると言える。

本研究ノートでは、近代のイデオロギーを服飾から分析するにはどのようなアプローチが可能であるかを探るため、現代のファッション誌における表現研究の動向を整理し、「書かれた衣服」の読み方を再考する。雑誌がモー

ドや女性像の形成に果たす役割を概観し、近代の服飾をめぐるジェンダー・イデオロギー考察の今後の足掛かりとしたい。

2. 「書かれた衣服」—バルトの『モードの体系』—

言語とジェンダーの問題はこれまで頻繁に扱われてきた。「女房言葉」、「女学生言葉」を始めとする女性の言語使用についての考察から、女性の書き手がどのような主題を扱いそれがどのように評価されてきたか、またメディアに対してどのように関わってきたかを探るものまで、非常に幅広く多くの研究がなされている。同様に女性の服飾についての研究も非常に多く、フォームや機能、様々な文化におけるその変遷が明らかにされている。

衣服と言語が共に記号であるならば、言語によって表現された衣服から女性性を読み取ろうとすることは二重の意味で記号を追うことになる。言語と衣服の記号の二重性に注目し、ファッション雑誌の分析によってモード形成の様相を著したのがバルトである。バルトは『モードの体系』(1972)で衣服のことを「ひとつの対象に対して三つの異なった構造」、すなわち工芸的、アイコン(像)的、言語的な構造を持つものと述べ、ファッション雑誌に言葉によって表現されたモードの意味を体系化している。言葉によって語られる衣服は、視覚で捉えられるイメージとしての衣服とも、実際に身に付けられる衣服とも異なる意味作用を持つ。言葉によって記述された衣服は、実用的な機能も美的な機能も持たずひたすら意味作用を目指す、つまり記述そのものがモードを作り得るのだと述べられている。

バルトの論考の中で、「書かれた衣服」のイデオロギー性を検討していくための最も大きな指針となるのは記号の作用部と意味部の有縁性についての記述であろう。例えば、「中年の婦人のためのプリーツ・スカート」という場合、「中年の婦人」という年齢層と「プリーツ・スカート」は等値関係にならなければならない理由はないように見えるが、「なめらかなもの」と「体の線に合ったもの」で形を作ることから若々しさが生じる以上、二律背反の原理でプリーツは中年「のための」ものということになる(303)。そして、

この低い有縁性は文化的な基準に基づいて成立しているという。近代の女学生の服飾に照らし合わせて考えてみた時、袴の形態は当時女性に求められるようになった〈活動性〉と合致する、つまり袴という衣服とそれを〈身につける〉という行為の間には機能的な有縁性が明らかであったのに対して、リボンが結果的に女学生を象徴するようになったものの、有縁性はないように見える。しかし、リボンを飾る束髪には〈活動性〉〈簡易性〉〈衛生〉の機能があり、リボンはその動きによってそれらを強調したこと、また実用性のない、いわば余剰の服飾品を身につけることが〈富裕さ〉〈新しさ〉と関連していたことを考えれば、低い有縁性が文化的な基準に基づいて成立するということが見えてくると言えよう。

また、彼は衣服のレトリックについて、「文化によって権威づけられたいくつかの対象や様式がその名前を衣服に与える」(331)と述べ、例として「サムライ風チュニック」、「1900年モード」、「ピカソ風の色彩」などを挙げている。これらが意味表現したい対象は文化という観念そのものであり、そのモデルとして提示されているのは、地理や芸術や自然史を学び、美術館を訪れたり小説を読んだりする少女である。しかし「それがモード雑誌類の女性読者たちの現実のステイタスに一致していなければならないという根拠は何もない」(333)。ステイタスを持っていなければなおさら、これらの言葉は読者に「自分のものにしたいという気持ち」を引き起こすであろう。こうした〈高級感〉と反対に、「かわいい」、「楽しい」の他、おどぎ話風の口調で語られる「プリンセス～」などは〈愛情形態〉であり、〈親しみ〉を表す(334)。この〈文化的モデル〉と〈愛情的モデル〉はどちらも女性読者を教育的で子どもじみた立場に置こうとするが、これは西欧文明の中での女性の神話的な立場が崇高であり子どもっぽいということを表象しているかもしれない(335)。

一方で、バルトによれば、「男性用」/「女性用」という、ジェンダーを明確に表すかに思われる衣服間には示差的な記号はほとんどない。ズボンやネクタイを着ける等、女性の服飾の男性化にはほとんどタブーがないからであ

る。現代においては男性の女性化にもタブーはなくなりつつあり、両者の「対立関係」は薄れていると言えよう。「男性用」「女性用」という用語はレトリック効果を持つ。「女性用」と言う用語は「本質的な女性らしさ」を示す場合があるが、興味深いのは「男性用」を表す「ボーイ＝ルック」で、このように表記されている場合は性的な価値より時間的な価値が強くなるという(355)。性は消滅し年代が優越する、すなわち理想的な年代、若さを示す記号となるのである。

3. 現代のファッション雑誌分析の動向

近年、日本における女性雑誌の役割を分析した研究はますます増えているが、ファッション雑誌の言語表現の分析は、バルトの方法論に通じている部分が多い。バルトが分析対象としている雑誌とは年代や言語が異なっても、女性誌の特徴として表れてくる結果に似通った部分がある点も興味深い。まず、女性雑誌の先駆的研究として挙げられる井上+女性雑誌研究会(1989)では、おしゃれと家事は女性雑誌、余暇は男性雑誌という性別による雑誌の守備範囲の原則がまだ持続していると述べられる。このうち、女性の「書かれた衣服」を分析したものに絞って見ると、本書の第5章「ファッションページにみるかわいさ志向とセクシー志向」(飯野扶佐子・伊佐治真奈美・武内恵子)ではファッションページのコピーにおける熟語・造語の分析が、第8章「女性雑誌のことば」(れいのるず=秋葉かつえ)では、文字使い、文の止めかたに注目した「女性らしさ/男性らしさ」の分析が行なわれている。その結果、日本の雑誌言語が伝える「かわいさ志向」、「お嬢様志向」は性的対象としての女性役割、従順な愛玩物的女性役割を示していること、女性誌は「おしゃべり風」で「真面目」な傾向にあることを明らかにしている。

女性雑誌研究会が浮き彫りにしたのは80年代における「女性らしさ」であったが、この後も「書かれた衣服」から「女性らしさ」を問う研究は続く。高橋(1997)は、「女らしさ」という語そのものが、女性のファッション雑誌においてどのように使用されているかを分析する。「女らしさ」が修飾す

る語を「表象」、「力量」、「姿態」、「服飾」の語群に分類し、特に「力量」の語群に属するものには「女らしさとは努力と持久性を備えてこそ成り立つもの」という意味が見られることや、「キュート」、「シャープ」、「秘める」などと共起して「異質と思われるものに手を加え女度を上げるもの」、「公的な場では隠すもの」という意味を表出することを挙げ、新たな「女らしさ」像が構築されていると述べる。同様に「男性性/女性性」に直接言及しているのが中里（2010）である。女性誌で創刊期から多用されてきた「女らしい」、「女の子っぽい」に加え、2001年以降は「ガーリー」、「ガーリッシュ」、「レディ」などの女性性を表す表現も多用されるようになったことが述べられる。近年、男女のファッションがボーダーレスになっていることと関連して、男性誌に「かわいい」、「ドレッシー」、「エレガント」といった「女性性」を感じさせる表現が、女性誌に「かっこいい」、「クール」、「メンズライク」といった「男性性」を感じさせる表現が増えていることを示していて興味深い。

具（2002）、三宅（2006）は、若い女性向けのファッション雑誌の表現を特に文末表現に注目して分析し、常体（丁寧体に対しての）の使用、「～よ」、「～ね」といった終助詞を始めとする「対話的要素」の使用、助動詞「～たい」の使用が多いことを明らかにしている。くだけた表現は親しみを表し、対話的要素は読者に「気持ちの一致」を要求する。また、「～たい」という願望の表現は、読者への勧誘の機能を持つと共に、読者を文の主体として成り立たせようとする。これらの表現はすべて、読み手と書き手の距離を縮める効果をもたらすものである。バルトはモード誌が語彙によって〈親しみやすさ〉を提示していることを示していたが、ここでは文末表現によってより身近な読者を想定していることが明らかにされている。

勝田（2011）は、女性向けファッション雑誌における外来語使用の傾向を扱う。①「アクセ」（アクセサリー）、「コーデ」（コーディネート）などの3拍の略語、②「安リッチ」、「モードに」など原形で標準語とは意味用法の異なるもの、③基礎的外来語と見なせないものの使用が特徴として挙げられて

いる。③では、「ガーリーな」、「ボーイッシュな」、「フェミニンな」、「マニッシュな」というジェンダーそのものに関わる表現にも触れられており、「通常軽蔑的な語感を持つと言われるマニッシュが良い意味で使われている」と説明されている。

こうした言語学的研究を概観するにあたって混同しがちであるのは、「女性向け」雑誌の特徴を拾いそれを「女性らしさ」として結論づけるのか、「女性らしい」表現がいかに使われているかを考察するのかという、アプローチの違いである。後者の場合はあらかじめ「女性らしい」言語や「男性らしい」言語が定義されることになる。例えば、高橋は「キュート」、「シャープ」は「女らしくない」事柄を示す際に観察された語であるとし、中里は「男性性/女性性そのものを表す語」、「強く結びつく語」、「どちらかという連想させる語」として評価語を定義している。いずれも言葉にまず「女らしさ」の定義づけがある。主観的な偏りを解消するために中里は男性誌と比較するという方法をとっていると言える。女性の言語使用について、「女言葉は作られるのだ」という立場をとる研究は、中村(2007)を始めとして今や一般的である。語彙に対しても同じように、何を以てその言葉を「女性らしい」とするのか、そもそも「女らしさ」をどう定義づけるかに立ち戻って考える観点が必要になってくるであろう。

ただし勝田が述べるように、「言語学は、一見混沌とした言葉がシステムティックに存在しているその様相を解明してみせることで異なる時空にある人間同士の理解を助け、人間社会に貢献する分野であり、「それは全ての異変をそのときそこに在るままに把握し、純粋に記号の体系のなかでどのような機能を担って存在しているのかを追求するものである」、「それをイデオロギーと絡めてみたり、言葉の背後に思想を読み取ろうとしたりする」ことは言語学ではなく別の学問となるとも言える(30)。そうであるとすれば分析の方法も違って当然であり、雑誌の言語表現から時代や文化ごとに異なるジェンダー・イデオロギーを浮き彫りにしようとするなら様々なアプローチが可能かつ必要であると言える。

3. 雑誌で「近代日本女性」を読む—『婦人画報』分析の方法の可能性—

これらのことを踏まえ、雑誌から近代の「モード」、「女性」、ひいては「日本社会」を読みとる方法とその可能性について考えてみたい。分析対象の一例として、近代の代表的な女性向け雑誌で服飾と流行についてページが割かれている『婦人画報』をとりあげる。『婦人画報』は1905年に創刊され、現在まで誌名を残す女性向け雑誌である。現在「年齢を重ねるほどに咲き続ける知的で美しい女性。『婦人画報』はそんな女性のために、ファッション、美容、健康、旅などをテーマに、上質な人生のヒントをお届けします。」（ホームページより）と謳うこの雑誌は、創刊時から他の雑誌に比べて値段が高かったことから見ても中上流階級をターゲットにしていたことが明らかである。「女界の活動、教育、好尚、流行等の事実を画報し得て、さらに善美なる傾向を助長」（「発行の辞」）することを目的として発刊され、創刊時に大隈重信、成瀬仁蔵が文を寄せている他、毎号、下田歌子、鳩山春子など女子教育を先導した人々の女性論や、三宅花圃、大塚楠緒子といった近代女子教育を受けた作家による小説が掲載されている。発刊の目的に「流行等の事実を画報し」と書かれている通り、服飾品の流行について書かれた「流行欄」がほぼ毎号設けられ、写真や図などがふんだんに使用されており、ファッション誌としての性格も備えていると言える。

3-1. 「流行」欄の言語表現から見るモード

こうした主旨で発刊された『婦人画報』の創刊号（1巻1号（1905.7））から2巻8号（1906.7）までの1年間の「流行」欄を概観し、まず言語表現の特徴を挙げてみる。

外来語の使用

- ①服飾品の名称・素材…「スカーツ」、「ロングコート」、「レース」、「リボン」
- ②色・形、単位…「オリーブ/オレーブ」、「オランス」、「クリーム」「ク（グ）リーン」、「テラマタ（鳶色）」、「カーネット（紫

紺を帯びた茶色)」、「オールドローズ」、「ハート」「インチ」

③服飾品の説明…「テスト」、「モデハイして」

④外来語のルビ…「簪」^{ピン}、「中點」^{セントア}、「上着」^{コート}、「肩掛」^{ショール}

西欧の服飾品を指し示す場合、日本語にそれに当たる品物、形がなければ名称をそのままカタカナ表記することになる。しかし色に関しては、日本語にも豊富な色彩語があり、それによって示すことも可能であるにもかかわらず（実際に「鳶色」、「紫紺を帯びた…」などと補足説明がされている）外国語の響きをそのまま使っている。「オリーブ」と「オランス」は洋服ではなく半襟や肩掛、つまり和服に付属する服飾品の色を表している。「オリーブ」は流行色として紹介されており使用頻度が最も高い。明治期に果実そのものが紹介されたこの二色を始め、従来色彩語で示せなくてはならない色を外国語を使用して表したことは目新しさを生むと共に一種の「カセット効果」¹を持ったと言えるのではないか。④のように意味を漢字、読みを外国語で表せば、新しさを示す一方で用途やイメージも明確に伝えられることになる。

また「テスト」、「モデハイ」といった視覚的には示せない語も使用されている。「テスト」は現代では「辛口テイスト」、「メンズテイスト」などとファッションに関して特定の趣味が（部分的に）取り入れられている様子が多用される語となっているが、ここでは「衣服に対するテストが高くなる」と、「センス」、「判断力」の意味で使用されている。モードに関する「テスト」の使用が既に見られて興味深い。ターゲットとする読み手が女学校等で英語を学習していることを想定していることもうかがえる。近代の雑誌に見られる外来語使用からは、現代とは異なる役割が浮かび上がってくると言える。

¹ 柳文章（1982）によれば、西欧語は、日本に入り始めた頃、捉え難い意味を漢字の四角張った文字の字面にまかせて訳され、そうして作られた漢語の新造語はよくわからなくても重要な意味を持っているかのような効果をうんだと言う。「箱（カセット）」の中身がわからないからこそ人を魅惑する、つまり「カセット効果」である。

服飾を判断/評価する表現

「流行」欄は①「むらさき生」、「流行生」という名で書かれる流行批評の短文と、②「玉寶堂主人」、「三越呉服店員」が売れ筋や値段を紹介し流行を予想する談話とで構成されているが、「むらさき生」が「我三越呉服店に於て製せる…」と書いていることから見て、①の語り手も服飾品を売る側に属する者と思われる。両者では評価の表現も異なっているが、共に「高尚優美」の使用がプラスの評価として圧倒的に多い。同類の「趣味ありて佳し」、「嫌味なくて上品」、「風雅」といった表現は、同様に頻出する「貴婦人令嬢向き」に呼応している。流行に敏感なこと自体がプラス評価になっている点特徴的で、流行を追って「他人の真似の出来ぬ様なもの」を好む、「一つ先きを越して」次に来るべき流行色を好む女性に向けて、商品が紹介されている。一方マイナスの評価としては「(オリーブ色は袴に) 移りがよくない」、「野暮くさい」、「粋と無粋の差別なく」などが挙げられる。

「貴婦人令嬢向き」、「高尚優美」であることが推奨される一方で、「粋筋向き」^{いきがは}の流行にも言及しており、「意気なものが喜ばるゝ」とも評価されている。「粋」とは男女共に使われる語であるが、ここでは芸者がファッションモデルの役割をしてきた経緯と結びついていることは明らかである。「派手で、粋な」や「斬新優雅な」、「多少奇抜な」などと共に使われていることから、従来の「粋」の感覚と異なり、「新しさ」、「明るさ」、「個性」を表すものとして評価されていると言えよう。

文体

上記のように「流行」欄の書き手は立場が二つに分かれており、②は読み手に語りかける形が取られている。「元禄模様は徐々に流行界から退却で御座います」、「^{ごくあっさり}極淡泊した図が持囃されてゐるので御座います」など、流行の傾向が丁寧体で述べられる。語りかけの形をとっているが、ここから発せられるのは「親しみやすさ」ではなく、あくまでも店員から客への丁寧さである。近代においては、客が自宅に商品を持って来させて選ぶ買い物の形態か

ら百貨店に足を運んでショーケースを眺める形態に移行しつつあったにせよ、客と店員は双方が上下関係を意識している。語り手の立場がはっきりしているのも、読み手との距離を縮めてモードを語るという感覚は生まれにくい。

しかし信頼性を高める効果を持つと言える。店名が明記され、そこで日々商品に触れている者によって、「近頃は、絞り友禅(?)といふ様なものまで出来て居ります」などと、これまでなかった新しい品や意匠が紹介されている。また店の名を背負った店員が「(護謨は) 値の廉な割に下品でなく、物に依っては高尚優美で、然も永久の使用に堪へ…」、「ハイカラ向の最上等に金製宝石入りとしたならば廿五円以上何百円にもなりまする代り、二円以内で求め得られる品も亙います」といったように価格を含めて品を紹介するので、読み手にとっては現実味、説得力が増すことになる。

3-2. 言語表現とイメージの組み合わせから見るモード

『婦人画報』はその名の通り、女性の写真や絵図をふんだんに盛り込んでいる。これらのイメージがファッション誌の中心となり、モード形成に果たす役割が非常に大きいことは言うまでもない。バルトは「書かれた衣服」は独特の意味を持つと述べてその方法論を展開しているが、小野原(2011)は、バルトの分析が有効なのは「書かれた衣服」のみではない、映像(写真)の衣服にも当てはまると指摘している。その理由は以下のように例を挙げて述べられる。

- ・「イメージとしての言葉」文字テキストは大文字のSを三つ並べることによって視覚的効果の強い図像的イメージを構成する。(50)
- ・「行為を装う衣服のレトリック」地名を出しながら、写真自体はバックグラウンドがはっきりしないことから旅の舞台であればどこでもよいことを示唆する。(53)
- ・「モデルの匿名性と人格の多数化の戯れのレトリック」表情が判然としないことによりモデルの匿名性が保持され、フレームから切れた部

分があることが自然なワンショットの感じをもたらす。(54)

こうして見るとイメージもまた言語と同じように分析が可能となる。しかし『婦人画報』に掲載される写真や絵図は上の性質に全く当てはまるどころがなく、非常に直接的である。皇族の女性や女学生が名前や出自を明らかにし、はっきりとしたポーズをとっている。とりわけ「婦人装飾」を特集した定期増刊号である2年8号は、「妃殿下の夜会着」、「大倉夫人の御召」といったキャプションがつけられた、衣装も容貌も美しい女性の写真で埋められている。限られた階級のものである洋服は、現にその限られた階級に属して洋服を身に着ける習慣のある女性たちによって提示されるのが最も自然なことである。ターゲットの読み手の関心を誘うと同時に、高級感、すなわち手に入れがたい美を創出することでそうしたステイタスを持たない読み手の憧れも掻き立てることができる。

絵や写真は「読み物」の部分にも挿入されている。写真と言語は補い合っより明確なイメージを読み手に与える。あるいは、小野原の述べるようにレトリックを生み出す。しかし『婦人画報』の場合は配置が非常に特徴的で、全く関連のない写真・絵と文章が結び付けられている場合が多い。というより、イメージは言語表現と対極にあるものを指している。例えば大塚楠緒子の小説では、「太鼓の附いた着物に、赤い帯を締めてゐて」と書かれた横に「英国新流行の散歩服」の写真がある。教育者達が寄せた文章には、服飾に関して女性が浮薄になりがちなことを戒めるものもあり、「柵橋絢子女史の面影」(百合子)は「女子は一家の経済の事には注意が必要」と、二十年前の半襟を工夫して今も使用していることが書いているが、その真中には三越呉服店製の「最新流行レース製ショール」を纏った女性の図が配置されているのである。

4. イコノロジーの方法の可能性

指し示すものが一致するしないにかかわらず、イメージと共起する言語表現を読むこと自体が意味や効果を持ちうる。両者を結び、そこに表れる意味

を読み解く学問分野としてイコノロジーが挙げられる。イコノロジーは、挿絵や写真を「同時代の芸術理論および詩文芸の対応する表象と関係づけ」、その形態や動き「への『関心を抱かせた』ものが何であったのかを明らかにする」(ヴァールブルク、2007: 8) ものである。またパノフスキーは、イコノロジー的視点から身振りの「実際の意味」に心理的ニュアンスが加わって「表現的意味」となり、それをある文明に特有な習慣や文化的伝統に即して理解することを「慣習的意味」、さらに国家的・社会的・教育的背景、前歴、現在の環境と結びつけて「個性」を解釈することを「本質的意味」と捉える(パノフスキー、1971: 38-39)。服飾とは記号であり、身振りである。イコノロジーを援用してイデオロギー研究を行うことは十分に可能となる。

ところで「流行」欄における言語的特徴から離れて、雑誌全体に視野を広げると『婦人画報』において服飾の流行を発信しているのは「流行」欄だけではないことがわかる。モードを語るのが主旨ではない記事において、服飾に関する表現が多く見られるのである。例えば、小説『かざり火』(大塚楠緒子)は、「帯は黒縹子とモスリンに蘆に鷺の模様合せて白緋の荒からぬ単衣に木綿の下襦袢、白キヤリコの襟かけたる胸もと…」、「耳もとより大きく取りたる前髪を今はあまり前の方にさぬが流行とかや、うねりをみせて大きな櫛にとめたるに丸くゆるめたる鬘にはヘーアクラフトのこれも大型なるに留めてベルベットの造花じみなる色のヒヤシーンの花束を…」などと、人物描写の際に服装や髪形を細かく書き込んでいる。現在流行しているということまでもが加えられている。登場人物としてのモデルが纏う服飾は、彼女が置かれた状況や背景ごと読み手の心象に残り、「流行」欄と同様、あるいはそれ以上にモードを生み出す効果があると言えよう。

こうしたテキスト分析の意義もまたイコノロジーによって支えられる。イコノロジーにおいては図像(美術作品)の技術や様式も分析の重要な要素であるが、これに照らし合わせれば、図像のないテキストによる作品においては語彙の選択や文体を社会のあり方との関連で分析することがイデオロギー性解釈の重要な要素となるからである。これまでも漢文/和文の文体や外来

語使用の分析によって近代や女性性は論じられてきたが、服飾に関する表現を一つのカテゴリーとして括ることで新たな特徴が見えてくるであろう。

さらにイコノロジーは〈動き〉の面からも分析することを可能にする。ゴンブリッヒはイコノロジー研究の代表者であるワールブルクについて、「ワールブルクの分析においては15世紀の版画の女性像の衣装の細部は美術史のみでなく人類の文明史の最も重要な問題を引き受けるという価値を呈している」（引用者訳）と述べ、髪飾りをブルジョアの物質主義と矜持の、うねり流れる髪を古代社会の「高尚さ」のシンボルとして挙げている（Gombrich, 1970: 150）。上記の小説に見られる「うねりをみせて大きな櫛にとめたるに丸くゆるめたる髻」はどのような意味があるのか、写真や絵図とつき合せながら探っていくことで近代日本社会の特質を浮き彫りにすることができるのではないだろうか。

4. おわりに

大隈重信は「婦人画報の発刊に就て」で様々な立場の女性に言及する際に、「コートドレスの盛装を描くと同時に、一方には普通の白襟紋付もなからねばならぬ、振袖もある可し、島田もある可し、束髪も可なり、海老茶も亦た結構」と表現している。女性の年齢、ステイタス、主義等を服飾で示して印象的に巻頭を飾っている。彼が象徴的に示した女性の服飾は、女学生/遊里の女性、都市部/農村の女性、男性/女性など、着用する者や見る者の様々な感情を含みつつ、「階級」、「職分」、そして「性別」など、領域を越えて混交していく。『婦人画報』は上流階級の女性をターゲットとしていたが、作り手の意図や読み手の受け取り方、投影される女性像は、社会事情と照らし合わせながら読み取っていく必要があると言える。

本稿はそのための分析の可能性を探ることを目的として、『婦人画報』の一面を切り取り、特徴を見てきたにすぎず、現時点でも日露戦争後の時代情勢、男女をターゲットとしていた『風俗画報』との比較等、視野に入れるべき点は多数明らかになっている。今後、テキストと写真や絵から男女共に見

られる場面や型を抜き出し、異文化の影響や社会背景と結びつけて丁寧に追いながら、そこから日本女性特有の現象として見えてくるものをジェンダー・イデオロギーとして記述することを目指したい。

参考文献

- ヴァールブルク、アビ著、伊藤博明監訳、富松保文訳 (2007) 『サンドロ・ボッティチェッリの《ウエヌスの誕生》と《春》』ありな書房
- 小野原教子 (2011) 『闘う衣服』水声社
- 勝田耕起 (2011) 「20代女性向けファッション雑誌における言語の特徴—外来語の場合—」『フェリス女学院大学文学部紀要』第46号、フェリス女学院大学
- 具軟和 (2002) 「雑誌文章の特性—若い女性向けのファッション雑誌を中心に—」『人間文化研究年報』第26号、お茶の水女子大学
- 高橋博美 (1997) 「ファッション雑誌に見る『女らしさ』の変容」『武庫川女子大学言語文化研究所年報』第9号、武庫川女子大学
- 中里理子 (2010) 「若者ファッション雑誌に見る男女の文体差」『表現研究』第92号、表現学会
- 中村桃子 (2007) 『「女ことば」はつくられる』ひつじ書房
- パノフスキー、E. 著、中森義宗・内藤秀雄・清水忠訳 (1971) 『視覚芸術の意味』岩崎美術社
- バルト、ロラン (1972) 『モードの体系』みすず書房
- 三宅英文 (2006) 「日本のファッション雑誌に観察されるコンバージェンス」『安田女子大学紀要』No. 34、安田女子大学
- 柳父章 (1982) 『翻訳語成立事情』岩波書店
- E. H. Gombrich. *Aby Warburg: An Intellectual Biography*. London. The Warburg Institute, University of London. 1970.

キーワード

「書かれた衣服」、ファッション雑誌、モード、ジェンダー、『婦人画報』、イコノロジー