

ファッション—記号、消費、アイデンティティ

高井 宏子 (大東文化大学環境創造学部)

Fashion: Signs, Consumption and Identity

Hiroko TAKAI

要旨

本論ではまず社会学的にファッションがどのように論じられてきたかを概観し、ファッションが社会における個人のアイデンティティを示す視覚的メタファー、ないしは記号の一種とみなされてきたことを確認する。同時にファッションは美を求めるものであり、フェミニズム思想においては、男性視線の定める普遍的価値として「美」という観念が押し付けられ、ファッションが女性に「美」を担うように求める抑圧の道具となりうるとする考え方があった。女性解放が進んだ現代においても、「美」という観念が女性を縛り、女性を陥れる父権社会の陰謀であるとする説がある。一方左翼思想家は、ファッションとは資本主義の生き残りのための一つの装置であるとする。それぞれの説は現代社会におけるファッションの一面を捉えているとはいえ、本論ではそれは美やファッションについての観念を単純化する議論であると考ええる。19世紀後半から現代において、ファッションは女性の生活を反映しつつ女性による消費行動と結びつき、また産業として女性への就業機会を創出し、さらには女性の主体的アイデンティティ形成とも結びついてきた側面もあることを指摘する。買い物やファッションという個人的で些末で浮薄なものと考えられがちであった領域が、社会と個人の重要な接点であり、絶え間ないパフォーマンスとしてアイデンティティを形成していく事象であるという意味で、重要な考察領域となりうることを示す。

目次

1 はじめに—ファッション論	190
2 ファッションと美、美とフェミニズム	192
3 ファッションと欲望、欲望と消費	196
4 消費活動の曖昧な位置とアイデンティティ構築	199
5 結び—ファッションと死と生、アイデンティティ	200
引用文献	201

1 はじめに——ファッション論

社会学者のヴェブレンは「衛示的消費」という概念で有名であり、動産としての女性の地位とファッションとの関連性を指摘している。高度消費社会がすでに始まっていた1899年に著書『有閑階級についての理論』において、ヴェブレンは女性の衣服を金銭文化の表象として論じている。

経済の発達とともに女性の仕事は、家長に代わって消費をすることになる。…そして女性の外観はこの目的を目に見えるようにする働きをする。生産的労働をするのはリスペクタブルな女性にとっては恥ずべきことなので、…女性の衣服は着ている人物が常に有用な仕事をしていないし、またできないという事実を示すよう特別な気配りをもって作られる。女性の場合は家庭であり、それを美しくするのは女性の務めであり、その中で女性自身は、主たる装飾品の役割を果たさなければならない。…

女性がまったくもって男性の財産であるような経済の段階においては、人目にさらされる余暇と消費は女性に求められる役割の一部となる。女性は自分自身の主人ではないし、人目に立つ消費と余暇は、女性自身ではなく、女性たちの主人〔夫〕の信用を増すためのものである。したがって一家の女性がお金を使い、目立って非生産的であればあるほど、一家の評判という点においては信用を増し、本来の役割を果たしたことになる。そのために、女性たちは有閑階級者の生活の証拠を示すだけでなく、有用な活動が不可能であるようにしなければならない。

…着ている当人の心地よさに逆行するハイヒール、完璧なボネット、コルセットなどが文明世界の女性の着衣なのだ。この経済システムでは女性は経済的に完全に男性に依存するものであり、極めて抽象化して言えば女性は男性の動産となる。(Veblen 118-120)

ヴェブレンは労働の不可能性を強調する女性のファッションの機能は、家長の「動産」として、経済レベルを展示することにあると言う。資本主義が発達した一九世紀後半の欧米社会の少なくとも中産階級に限れば、男・女と公・私の領域分離がすすみ、例外はあるにせよイデオロギー的には女性が家庭の私的領域に拘束されていった。そしてその中で、女性の外装が一家の社会的経済的記号として機能するケースがあった可能性は否定できない。そのような定義づけはファッションが特定の意味体系において社会階層を表す記号として機能することを示している。しかし同時にこの議論はあくまで近代の特定の時期の中産階級という社会階層の記号性と、いわゆる父権社会における女性の地位の非主体性を誇張して示しており、ファッション一般についての論とはなっていない。

たしかにファッションには自らの富や地位を他者に対して誇示する「みせびらかし」という要素があり、かつ自らの社会的地位を表現するという機能がある。ヴェブレンの説は衣服が持つ社会的機能への注視を促す働きはある。しかしフレッド・デイヴィスも指摘しているように、初期の社会学者としてヴェブレンはファッションの動機の基盤として、社会階級差に集中しすぎるくらいがあ

る (Davis 9)。それは社会とファッションの関係を固定化し、階級差異にのみ拘泥し、社会的地位とジェンダー役割を除いた女性のアイデンティティとの関係を無視しているために、ファッションとは何かを考える一般論とはなりえていない。

20世紀初めに社会学者のジンメルは、ファッションを論じる中で、社会史はすべて「社会への順応」と、「社会の要求からの個人の離脱」の間の葛藤と妥協の中に現れるという前提を示す (Simmel 294)。そのうえでファッションにおいては、前者は「模倣」に向かう心理的傾向として、後者は「差異化」の必要性、「非類似性」に向かう傾向として働くとする。つまりファッションは与えられた例を模倣し、社会に順応する要求を満たす一方で、変化や対照性を求める欲望を満足させもする (同 295)。そして資本主義社会においては、個人はこの相反する傾向をある程度自由に選択するという意味で、ファッションは社会と個人との関係性を示す記号と捉えられている。

一般的に近代都市においては、ファッションの持つ社会的機能が大きくなっている。途絶えることのない人の流れ、見知らぬ人との絶え間ない遭遇という特徴を持つ都市の中では、人々は匿名的になり、その分、記号や外観が重要になる (Nava 57)。社会的地理的所属を示す伝統的な説明法に取って代わってファッションはアイデンティティを示し、自分を区別してくれる象徴体系の「記号」として捉えられる。意味を生み出す象徴体系としての文化において、ボードリヤールは、ファッションも含めて、消費されるモノの「記号」としての機能とその記号を操作することによって自己の所属を明示しようとする人々の働きとに注意を向ける。

人々はけっしてモノ自体を消費することはない。自分自身の照会先として自己の集団への所属を示したり、より高度な地位の集団を参照して自分の集団と差をつけたりすることで、常にモノを、自分を区別してくれる記号として操作している。(Baudrillard 61)

模倣にむかうにせよ、特異性を示すにせよ、人はモノ／記号であるファッションを操作し、消費することで意味を生み出し、自らの意志に基づいて特定の集団との関係性を示すのである。そしてその時々社会において、ファッションをはじめとする文化は固有の意味を生み出す象徴体系として機能している。

いずれの説もファッションを個人と社会との関係を表示する記号と見なしているが、定期的に移り変わり、制度化されたスタイルの変化という意味での「ファッション」という制度についての説明にはなっていない。ファッションを変化させる要因は何であるのかについては、従来大きく分けて二つの説があった。一つは「退屈」を要因とする説である。「退屈」、すなわち変化しないでいる状況に耐えられない人間が、脅迫反復的にスタイルを変化させるとする説だ。二つ目はベンヤミンの盟友アドルノも含めて、左派知識人たちが奉じた説である。彼らは、ファッションを、生き残りをかけた資本主義経営者の利潤追求の陰謀と見なす。これらの考え方はファッションの定期的変化の説明として一定の説得力を持つが、そのみではファッション業界、批評家、消費者、社会なども含めた複雑な全体を包含する説明にはなりえない。

衣服を自己のアイデンティティの「視覚的メタファー」と見なすデイヴィスは、ファッションを集合的な社会の両価性（アンビヴァレンス）における個人のアイデンティティ、ないしは自己の両価性を反映するものであるとする説を示す（Davis 5, 17, 23-5）。自己の両価性、すなわち矛盾しあう感情・思考・態度の一次的な均衡の表現として、つまりその葛藤を一時的に解決した表れとして個人のファッションが機能するというのだ。デイヴィスの論は、ファッションを社会における個人の位置を示す一つの記号と見なしている点では初期社会学者と共通するが、社会と自己の両価性をその生得的特性とすることで、ファッションの変化の必然性を説明している。社会と自己の両価性に伴う流動性と変化をファッションの機動力と捉えるのである。両価性を近代西欧社会とそこに暮らす人間の生得的性質とする根拠自体は示されていないとはいえ、ファッションの絶え間ない移行性を説明している点で旧説よりは包含性を示していると言えるだろう。

以上みてきたようにファッションとは自己定義の表出であり、社会との関係性を提示する社会的行為でもある。その意味においてファッションは男女を問わず、独自の象徴体系における記号としてとらえることができる。デイヴィスはさらに、言語やその他の表象と比べて、ファッションが極めて曖昧性に満ちているとしている。ファッションにおいては記号表現と記号内容との関係性が不安定で、時間や集団によって変化し、固定的なルールを持たないというのである（Davis 9）。しかしそれにも関わらず、ファッションは差異化を表現する力で満ちていることも事実である。記号としてのファッションのこの特性も含めて、本論では以上の説のいずれもが、ファッションの多面性を表すものと捉えたうえで、ファッションと女性のアイデンティティ構築という問題について考察していきたい。

2 ファッションと美、美とフェミニズム

ファッション¹は、今日においても過去においてもフェミニストたちの悩みの種だった。エリザベス・ウィルソンによれば、フェミニズム理論においては、ファッションナブルなドレスや自分を美しくしようとする行為は、因襲的で、男性への従属の表現であり、女性の抑圧状態を視覚的に固定するものとみなされがちだった（Wilson, *Adorned* 13）。1981年に、ロンドンで開かれた急進派のフェミニスト大会で、ある発表者は以下の等式を示したという。「ファッション=コントロール=女性に対する暴力」（Arnold 105）。たしかにファッションを外的コントロールとのみ規定すれば、ファッションは単純に有害な他者として切り離すことができ、問題は簡単になる。しかしウィルソンはそのような論はファッションを単純化し、道徳化するものであるとしてその考察の不十分さを指摘し、批判している。初期のフェミニストたちの論争において女性の美やファッションの問題自体が本質的な役割を果たすことはなかった。

¹ 本論では一九世紀後半から少なくとも欧米文化における都市間のファッションの相違を厳密に区別しては論じていないが、時に応じてアメリカとイギリスの間の差異を示すことはある。

1970年代のフェミニストの外観を特徴づけたのは、短い髪、ブラジャーを燃やして身につけず、機能的なつなぎ服をきて、化粧を控えることであった。パクトーは、それによって彼女たちは「(抑圧的な男性の陳腐な考えと見なされた)「美」を追放する意志を表した」(10)と述べたうえで、そのような単純なフェミニズム批評の限界を示そうとしている。ただし女性の美の基準が男性芸術家の視線に委ねられているかのような言説の例は枚挙に暇がない。19世紀半ばに遡るが、ベンヤミンが資本主義文化現象の早期の発現者と見なしたボードレールの女性観は、フェミニズム台頭以前の女性に対する男性芸術家の視線をよく語っている。

女性というのは、人類の雌というにとどまらない。…むしろ男たちの脳のすべての概念を支配する神であり、星である。自然のあらゆる優美さが一つの存在に凝縮し、瞬き輝くものなのだ。人生において男の思考に供しうる最も強烈な称賛と関心の対象である。おそらくは偶像であり、頭はからっぽなのだろうが、眩しく、魅力的で、その一瞥で男の運命と意志を思うままにする偶像なのだ。…女性を飾るもの、その美を強めるものすべては、女性自身の一部にほかならない。この謎めいた存在を描こうとした芸術家は、その特定の女性だけでなく、全世界の女性たちによって力を与えられるのだ。…美しい女性を見て起こった喜びを描こうとすると、女性とその衣服を区別しようなどとする詩人がいるだろうか。(Baudelaire 40-42)

偶像化され、類型化され(「全世界の女性たちによって、力を与えられる」)、頭の空っぽなマネキンのように飾り物と一体化される。男性の欲望と軽蔑をないまぜにしたこの一節は、女性の美がいかに男性の抑圧的で陳腐な考えとして存在したかを示す典型として多くのフェミニストに引用されてきた。

近代資本主義下のファッションと女性の美とアイデンティティをめぐる問題と、美を見出すのは誰かという基本的問題がここで前景化される。ボードレールによるファッションブルな女性への称賛は、欠落——空っぽな頭、(衣服と区別されない)非独立性、類型化された非個別性——を代償として差し出される。ボードレールの言はファッションと女性のアイデンティティを一体化させるという意味で、ヴェブレンのそれと異なるが、そこに見いだされる女性のアイデンティティ自体は、空虚な欠落でしかない²。男性の視線が保有する「普遍的美」を容器として生きた女性が運ぶとする考えは、実はパクトーの批判するフェミニストのファッション論と通底する。女性自身の能動的アイデンティティの構築としてのファッションという観念がそこから抜け落ちているのだ。

確かに女性と美というテーマは、あまりに問題含みである。前世代のフェミニズムの興隆を受けて1980年代には、女性の社会進出は大きく進んだ。しかしパクトーはこう述べている。

抑圧されたり、否認されたり、否定されても、美は女性にとって問題であり続けている。フロイトは去勢の不安を免れる男性はいないと述べた。…ともかくも私が位置している、いわゆる発展した西洋世界の中では「美」を免れる女性はいないように私には思われる。避けられな

² あるいは目と口を閉じている限り、普遍的美そのものを生きた女が偶発的に担うことを許すとするヴィリエ・ド・リラダンの小説『未来のイヴ』を参照のこと。

い事実として、幼いころから、美は女性に属しているか拒まれているものなのだ。美を所有していないなら、女性はそれを獲得しようとするかもしれない。美を所有していれば、女性はいづれ確実にそれを失うだろう。だが「美」とは厳密に何なのだろうか。(11)

この避けられない美の保有という問題とファッションとには複雑な関係がある。ファッションは普遍的観念である美を運ぶ器であるのか。パクトーは、美をある対象の「属性」、あるいは特殊化されない普遍的なもののみならず従来の常識に異を唱えている。ボードレールの言うように「美」、中でも女性の美を普遍的価値とし、生きた女性がその属性を偶発的に担うものとしてファッションはあるのか。あるいはデイヴィスの言うようにファッションの一時性という性質が、そのような普遍的な価値の存在そのものを否定するものであるのか。

男性による美の基準と女性のファッションの関係についての古典的論題としてコルセットの問題を避けることはできない。コルセットは社会的構築物としてのジェンダーを具現化したものとして、文字通り女性の身体を物理的に拘束してきた。スティールはその著書の巻頭で、ルネッサンス後期からおよそ400年間、「女性のファッションナブルなドレスにとって必須の要素」であったコルセットは、ファッションの歴史の中でも「もっとも論争を呼ぶ衣類」であり、一般に「健康を損ね、時に死にまで至らしめる…拷問の道具」として、すなわち「女性の抑圧の道具」として非難されてきたと述べている(Steel 1)。「女性の体をその硬い鎧のなかに閉じ込めているコルセットという非人間的な衣服をなくしたいという願い」(デュ・ロゼル 168)は20世紀に入るまで実現されなかった。コルセットを男性の美の基準による女性の拘束の典型とみなす論は、ときに有効に見えることもあるが、単純に割り切りすぎることによって問題の複雑さをとらえ逃してしまうおそれがある。

スティールは、コルセットを「すべての女性が一樣にこうむった不幸な経験」とのみとらえるのではなく、そこには同時に「多くの肯定的意味—社会的地位、自己鍛錬、芸術性、リスベクタビリティ、美、若さ、そして官能的な魅力」もあったと主張する(Steel 1)。そしてコルセットを「抑圧」対「フェミニストによる解放」、 「ファッション」対「快適さ・健康」という二項対立だけで論じる「単純な議論」に異議を唱えている(同)。同時にコルセットの一時性と、そこからの解放という歴史的事実を、単純に普遍的美の存在の明確な反証と見なすことの難しさも指摘しなくてはならない。20世紀にポール・ポワレがコルセットを外した柔らかな衣服のデザインを実現したと主張しているが、彼のデザインが柔らかでゆったりしたものになったのは、女性の身体の解放という思想からよりも、デザイン的な新しさ、他の服との差異を求めるといった要因が大きい(柏木 40)。ポワレ自身も踝でほとんど両足を縛ったような自らのデザインについては、「確かに私はバストを解放した。だが私は女性の脚に足枷をはめた」と回想している(Beaton 146)。

フェミニストたちのいわゆる「オブジェでありたくないという女性の願望」(デュ・ロゼル 177)を実現し、女性の身体を解放して活動的生活を可能にしたデザイナーとして、二〇世紀前半から活躍したココ・シャネルや、少し時代を下るがカジュアルなアメリカンルックの基礎を築いたクレア・マッカーデルの名を挙げることができるだろう。シャネルもマッカーデルも、活動的な新しいライフスタイルに適した衣服を女性に提供したが、それは「装飾的な砂糖漬けのような存在」

(Arnold 19)ではなく、「自信と合理性」(同)としての女性性を表象するはずだった。シャネルのデザインが成功するには、過大な装飾を捨て、快適さとシンプルさを優美なものと感じる感性の転換が必要であった。

しかし女性のファッションの拘束と伝統からの解放は直線的展開を示すものではなかった。二つの世界大戦において、女性は社会進出の機会を得て、男性並みに仕事ができることを証明した。柏木は20世紀の大戦は「総力戦」であり、各国は其中で「二級市民」として差別してきた植民地の人々や女性たちを同一の「国民」として再編し、自らの中に組み込んでいったとしている(柏木62)。ブラックとガーランドは「女性の力が戦争のために大規模に動員されたのは、第一次世界大戦が歴史上始めての事」で、「この劇的な体験が人々の衣装観をすっかり変化させることになった」と述べている(ブラック256)。機能性が最優先されるようになったのだ。第二次世界大戦時には、布地が不足したことと女性の社会的進出とが相俟って、英国では「デザイン向上委員会」発案の活動的で合理的な服が普及した³。ただしそのデザインは合理的で活動的なだけではなかった。第二次大戦中の女性海軍部隊用の制服は多くの応募者を集めるために、ファッションブルにカットされていたという(Wilson, Adorned 36)。

他方、ナチス占領下のパリでは、ロマンチックで「女性らしい」ドレスが流行した。解放後にはこの過去の女性イメージのリバイバルが消えることが期待された。しかし1947年に発表されたクリスチャン・ディオールによる「ニュールック」は、コルセットのように人工的に蜂のようにくびれたウエストの上衣と、ヒップの大きさを強調させる過剰なスカートというヴィクトリア朝のデザインとして登場し、たっぷり使用されたスカート生地の浪費性も含めて物議をかました。それは「再び身体の母親的面が尊ばれ、戦後の世代を育て、帰還した兵たちに食事を用意する妻と母の役割へ女性たちを戻そうとする圧力を無意識のうちに映し出していた」(Arnold 103)とさえ考えられた。

戦前および戦時中の合理化された機能的シルエットと戦争直後の「ニュールック」の途方もない非現実性の対照は、スティールが批判するフェミニストによる女性全体の解放という単純な図式の矛盾を示す。参政権を得て、両大戦中には公的領域に進出して社会的解放を味わった後に、富裕な(つまりは自らの選択で「拘束」されている)若い女性たちは、なぜコルセット並みに自らを絞り上げる上衣と、広がったスカートを身につけるのかという問いが当然出てくるだろう。かつてポワレも女性たちは不満を言ったが「私はみんなにタイトなスカートをはかせた」(Beaton 147)と自慢しているように、拘束的ファッションを選択したのは女性であった。女性が内面化した「美」の属性による拘束は、現代においては(ときに過剰な)ダイエットとエクソサイズへと姿を変えているようだ。構築された理想像を内面化しているとはいえ、「拘束への願望」は単純に男性による抑圧を意味すると言えるのだろうか。

アメリカでベストセラーになったナオミ・ウルフの『美の陰謀』は、公的なビジネス世界に進出

³ イギリスでは(実用服)と呼ばれ、アメリカでは(勝利スーツ)と呼ばれた衣服のこと。貴重な布地の使用を減らし、活動的で、どのような機会にも着用できる点が特徴。日本の場合は標準服、または国民服と呼ばれるものが広く着用された。

した女性たちへの父権社会の陰謀として、女性の美が機能しているとする。ファッションも含めて、欧米社会において、女性の美が通貨の働きをしているというのだ。

欧米の女性たちが労働力として職場に参入するにつれ、結婚市場の価値体系は、そっくりそのまま労働経済に受け継がれた。結婚市場で重視された資格に雇用市場もいそいそと経済的価値を与える。その熱狂ぶりこそ、美の神話を利用するのは政治的な意味合いからであって、性的な意味合いからではないことを証明するものだ。雇用市場が女性に対する雇用差別を正当化する手段として、美の神話にさらに磨きをかけたということである。(30)

欧米社会とひとくくりにはされているこの状況が最も顕著に表れているのはおそらくアメリカにおいてであろう。コミュニティの崩壊と都市化が最も進む社会においては、通貨の価値は絶対である。確かにアメリカのTVドラマではビジネスや公的社会に進出する女性たちが、あり得ないほどの美とファッション性を備えている。しかし女性たちがそのような消費的ソフト内容を内面化する可能性と、男性社会による意図的な陰謀説との間には、説明が必要な何らかの距離があると思われる。現実には欧米世界において三つの主要国の首相、または大統領の座を年配の女性が占めるか、あるいは占めようとして一つずつガラスの壁が破られていく中で、ナオミ・ウルフの説がどこまで包括性を持ちうるのか。あるいは美の神話を父権社会の圧倒的な陰謀にのみ帰する説は、内面化された美の神話に苦しむ現代女性のある集団の代弁者となりつつも、打開を阻む被害者の単純化に見えてもくる。

3 ファッションと欲望、欲望と消費

保守主義者たちが、英国がアメリカ文化の影響下に溺れていくと嘆いたように、1920年代にファッションの最先端を行き、コルセットを脱ぎ去ったいわゆるフラッパーたちは伝統的英国女性像からかけ離れていたように見える。「カクテルにジャズ、映画、口紅、おしろい、それにボブヘアー。若い女性たちは、伝統的なクジラの骨のコルセットを捨て、そのおかげで得られた動きの自由さを味わった」(Pugh 2)。彼女たちは、消費するためにのみ生きるかのようで、新しい自由を利用して「真に近代的自己を創造する手段」として「広告とポピュラーカルチャー」に基づくライフスタイルを実践する「シンボル」ともなったとされる(Arnold 3)。「ファッション領域のファンタジー的イメージを通しての自己充実」(同)を求める女性たちは、いわば自らの欲望に基づいた自己形成をすべく、ファッションの領域へと引き寄せられていた。

若い時にナンシー・クナードが日記に「服は本当に救いで、精神的支援になってくれる」(同 75)と書いているように、ファッションが女性の精神的支援や自己構築と結びつく一面もあった。近代のファッションは、若者たち、なかでも若い女性たちが、アイデンティティを構築し、伝統的社会規範に対抗する手段ともなりうる。20年代のフラッパーたちはロストジェネレーションと呼ばれる世代とも重なり、同世代の男性とともに大戦の経験が旧来の伝統からの徹底的な離脱を促した。「棄て去られたコルセットは、英国の女性性の正しい目標を拒絶するという大きな拒絶の象徴で

あった」(Pugh 2)と言われるように、伝統的社会規範として女性を拘束していたとされる古いファッションに対する20年代30年代の女性たちのファッションは、ジンメルの言う「社会の要求からの個人の離脱」であり、また世代の離脱でもあった。バック＝モースはベンヤミンの「モードの形而上学」を読み解き、消費社会という「新しい自然[世界]」において、「全く変わってしまった主体と客体の関係を具現化するもの」として、モード、すなわちファッションをとらえている。「近代モードとは伝統に対する不敬」であり、「社会階級よりもむしろ若さの祝典」であり、したがって「社会変化の寓意画となる」(バック＝モース 119)ようになったのだ。

イヴリン・ウォーの小説『大転落』に登場する上流階級の未亡人ベスト・チェットウインド夫人については、そのファッションが階級制を顕示すると同時に、まさに身体そのもの、アイデンティティそのものと化しているかのように描かれている。

車のドアが開き、車内のクッションの中から現れたのは、まとわりつくような紫がかかった灰色のコートを着た背の高い若い男だった。そのあとから、シャンゼリゼの春一番の息吹のように、ベスト・チェットウインド夫人——二本のトカゲ皮の足と、シルクの脚、チンチラ毛皮の身体、ぴったりした小さな黒の帽子、プラチナとダイヤモンドのブローチ、それにニューヨークからブタベストまで、どこのリッツホテルでも聞こえるような高い抑揚のない声——が出てきた。(Waugh 75)

ファッションは階級区分の産物であり、「一方で同じ階級内の人々の結合、つまりそれによって特徴づけられる集団の同質性」を意味し、同時に「他のすべての集団の排除」を意味しもある(Simmel 297)。ファッションの一部として連れ歩いているような黒人男性も含めて、ベスト・チェットウインド夫人は、そのファッションの典型性と先鋭性で富裕階級であることを示すと同時に、中産階級の社会規範を逆なでしながら他の階級との切断を表明し、やがては合法性とも無縁の人物であることが示される。男性の視線に支配されず、男性たちを意のままにするベスト・チェットウインド夫人のファッションは、この女性のアイデンティティそのもののように描かれるという点で、ボードレールの説を彷彿とさせる一方で男性たちの不安をかきたてる。

夫人の造形はウォーの去勢不安を具現化したもので、身勝手さや無情さというネガのアイデンティティをポジとして表象するものである。夫人から言えば、か弱いはずの女性が、富を維持しその力を振るう上で、ファッションと美は重要な手段である。作者は、結果として彼女に翻弄される男たちの滑稽さと悲哀を描くことを主眼に置いている。夫人は男性のホモソーシャルな世界をかき乱すが、あくまで異世界の人物として描かれ、その異質性がそのファッション性によって強調されている。夫人の力を形作るファッションと美は夫人の経済活動に基づく。その基盤を「性的白人奴隷」と呼ばれる女性たちを海外に送り出す交易に置いたところに男性作者の皮肉が示される。(女にまっとうな金は稼げないと。)

男性たちは、「女性への、制御不能の自然への、無意識への、セクシュアリティへの、そして大衆の中でのアイデンティティと安定したエゴの境界の喪失への」漠然とした恐怖(Parsons 28)と懸念を示してきた。それとは別に資本主義経済の操作性に対する左派的懸念も存在し、「アドルノとホ

ルクハイマーが「文化産業」と呼び、エンツェンスベルガーが「意識産業」と呼び、合衆国ではハーバート・シラーが「精神操作」…と呼ぶ」大衆文化の特性が、「19世紀後半のデパート戦略やファッションモード戦略の一面にあるといえるのではないか」とヒュイセンは問う（Huyssen 48）。呼称や用語は多様でも、その意図するところはひとつで、近代の大衆文化（そこにはファッションを筆頭とする消費文化も含まれる）が「上から管理され、課されたものであり、それが表す脅威は大衆にあるのではなく、その産業を操る者にある」（同）ことへの懸念であるが、同時にその懸念は消費文化における女性の力を否定し、男性優位を再確認させもする。

確かに19世紀後半に始まった消費文化において、女性は主役となったかに見えるのだが、反面、消費者を知り尽くした近代的男性経営者の巧みな操作に踊らされる存在ともなった。ゾラはその小説『ボヌール・デ・ダム百貨店—デパートの誕生』において、消費文化の一つの頂点を示したデパートの内実を描いている。主人公ムーレ（その経営手腕についてはボン・マルシェの創業者であるブシコーをモデルにしたと言われる）は次のように描かれている。

ムーレは女性を征服するというただその情熱にのみ燃えていた。女性が店の中で女王となることを求め、女性のためにこの神殿を建てたのであったが、それはそこで彼女たちを意のままに操るためだった。それが彼の戦略のすべてだった。女性を親切な心遣いで心地よくさせ、その欲望につけ込み、その興奮を利用すること。そのために昼も夜も、新しい思いつきを求めて、頭をしぼっていた。（ゾラ『ボヌール・デ・ダム百貨店—デパートの誕生』352）

女性客の欲望を掻き立て、興奮させ、誘惑する男性経営者というジェンダーとセクシュアリティの混じり合った商法は、フェミニストたちを憂慮させる。

英国にアメリカ式デパートを展開して大成功をおさめたセルフリッジも、女性客を操作する点できわめて意識的であった。その伝記によれば「大衆は欲しいものばかりか、…ディスプレイを見るまでは欲しいなどは夢にも思わなかったものまで買うことができた」（Woodhead 2）。このように彼は、欲望そのものを生み出したとされる。さらにウッドヘッドは、セルフリッジは「買い物をする場に「楽しみ・おもしろさ」を与え、買い物行為にセックス・アピールを与えた男として、記憶される価値がある」（同 10）としている。このような経営者に欲望を煽りたてられ、誘惑される女性たちという図には、知略を駆使する男性と理性を無くした女性という類型が見出される。

男性の欲望の対象とされてきた女性自らが欲望をもつ消費活動は、男性の欲望を内面化した女性が、自分を装飾するために消費活動に励むという側面もある。あるいは経済活動を支配する男性たちの意のままに、自らの欲望と勘違いするものに踊らされるという側面もある。それにも関わらず、女性が自らの欲望に基づいて、その欲望を満たす行為としての消費活動や、また理性的で合理的な買い物、さらに女性固有の価値観に基づく主体的経済活動としての消費行為も存在した。消費の主体的側面が論じられ始めたのは、最近になってからのことである。

4 消費活動の曖昧な位置とアイデンティティ構築

消費と生産は同一事象の両面でありながら、二つの営みに対して「生産する男性に対して消費する女性」というジェンダー化された階層化があった。しかし同時に周知のようにデパートがこれまでに類をみないほどの規模で女性従業員を雇用し、男性社員に匹敵する昇進チャンスを与えてきている。またデパートでの買い物行為は、公的場での女性の活動を可能にし、部分的にでも私的領域に閉じ込められてきた女性の拘束を解いたことは複数の研究者が指摘し始めていた (Nava; Leach; Wilson, 'Flâneur')。

デパートという公的空間に女性が付き添いなしに出かけることが可能になったというだけでなく、19世紀の後半からこの消費文化の隆盛の中で、専業主婦は一定の経済的実権を手にし始めたともいえる。夫の代理とは言え、買い物をする機会と権利を得れば、現実に関心する顧客として、ファッションやその他の消費の内容を決定する存在となる。生産者も販売者も女性の趣味や意識への配慮を欠かせない以上、生産経済領域において女性が何らかの「力」を得たとと言えるだろう。

社会文化史において消費や買い物行為が重要な研究対象となるには長い時を待たねばならなかった。消費についての研究が本格化するのは20世紀後半の事で、ナヴァはそれを人文科学と社会科学の交差点において個人の経験への注目が始まったことと重ね合わせている。消費活動への研究者の関心は、「普遍性の代表」「真実と正義のマスター」としての知識人から、新しいモード——「個別的・具体的」「ローカルな」知識人——への移行の証左であるというのだ (Nava1992, 2)。ナヴァは逆説的なことにそれがまた真実のレジーム、権力のミクロポリティクスにからめとられていくことを指摘しているが、それでもこの新しい研究モードが新しい視点と意味を生み出すことは間違いない。

たとえば、フォークは「1986年以降、これまで研究題目として等閑視されていた買い物についての関心が、社会学だけでなく、文化人類学、カルチュラルスタディーズ、心理学の一派、人間地理学などの分野で高まった」とし、それは「買い物が、ポストモダンの近代社会における文化現象として中心的役割を果たしているため」であると説明している (Falk 1)。買い物は、都会の人々の日常の実践を構成する大きな要素となり、社会を構成する者同士の相互作用を生み出す。さらには自己のアイデンティティと向かい合う重要な経験をする社会的行為でもあると見なされる。中でも衣服や装飾品の買い物行為は、自己の身体性と最も近い商品を選択するという意味で、社会と自己との直接的なインターフェイスとなりうるうえに、アイデンティティ構築としての消費という意味では最も端的な活動となるだろう。

アイデンティティという意味では、ファッションは「主体と客体、個人と宇宙の文字通り境界線に位置する」(バック＝モース 119)。自らの身体と直に接し、ジェンダーとセクシュアリティの問題を抱え込みながら、アイデンティティの境界をさまよひ、剥き出しの肌に劣らず敏感なものとなりうる。だが逆からみれば、ファッションは各時点での「心理的な自己の不確実な境界線を画定す

るために掲げられる鏡であり、移ろいやすいアイデンティティに釉薬をかけて固定して確実なイメージへと凍結してくれる」(Wilson, *Adorned* 60) ものともなりうる。

パーソンズはその機能をさらに進めて、女性の公的表象の方法としての「仮装」というマリー・アン・ドーンの考え方を紹介している。男性の視線が女性をモノ化するという通論に対して、男性の視線がモノ化する女性のイメージを女性自らが制御することによって、男性の視線の優越的所有を逆転することができるとするのだ。女性のアイデンティティのファサードのみ、つまりごく断片のみを陳列して見せることによって、男性視線による所有を拒むことができるというわけだ。そうなれば、むしろ女性は芸術家となり、その仮装は、自分を客体化し、男性の視線を通して自分を見たいということより、自分が見られたいように自分を提示するということになる(Parsons 26)。それどころか男性の視線など関知せずに、自分の輪郭を自ら形作る行為でもありうる。そうなるとファッションは創造的な自己構築行為となりうるだろう。逆に自己を隠してくれ目立たなくしてくれる制服のような仮装として使われることもありうるだろう。

消費行動もアイデンティティ構築も、いずれも近代社会に生きる我々にとっては逃れることのできない重要な営為である。ファッションは、仮装としてあるいは一種の自己定義として、自己の再発明の手段ともなりうる。先鋭性を示すファッションを発明することで新たな自己構築をしたり、逆に既存社会との融合性を得るように社会との関係を変化させたりすることもありうる。古着を愛好する女性をも含め、ファッションは消費という経済活動とアイデンティティ構築の双方をつなぎながら、近代における我々の生活において大きな位置を占めていると言える。

5 結び ファッションと死と生、アイデンティティ

ファッションは永遠に変化し、新しさの崇拜が女性を脅かす。死と衰退はもはや有機体的生の単なる一部ではなく、特殊な罰や運命として、女性に向かって投げつけられるのだ。(バック＝モース 121)

ファッションや化粧は、変化する身体という人間の現実に対する、また加齢と死に対する抗いとも言える。敗北が運命づけられているそのような戦いを、フェミニストの多くが意義のある目的から女性たちの意識をそらすものと考えたのも無理はない。ベンヤミンが「生きた身体を無機世界へと身売りさせる」もの(バック＝モース 123)と呼ぶように、ファッションは現実の身体に代わる「抽象的な理想の身体」、「有機体としての身体」ではない「観念としての身体」(Wilson, *Adorned* 58)への志向を示してもいる。もしかすればフェミニストが本当に憂慮するのは、ファッションが含意する「あるがままの自分に対する否認」であると言えるのかもしれない。自己をモノ化することについての疑念がファッションについてまわることは事実である。しかし逆に「あるがままの自分」という観念自体が、すべてが構築物とされる文化の中で、どれだけの信憑性を持ちうるのかと問うこともできる。

冒頭で述べたように、ジンメルはファッションを社会との関係において捉え、集団の順応性に向かうものであれ、集団からの離脱を示すものであれ、個人を社会との関係において位置づけるものとしている。旧フェミニストたちはファッションを男性による抑圧の道具と見なす。そして現代の女性研究者たちは、ファッションは自己を輪郭付ける手段の一つであると考え、仮装の実践や、自己構築の一部と見なす可能性を示唆している。どちらの考えにも自己定義という共通性はあるが、女性研究者が提示する意味付けは、より個人的アイデンティティに密着しており、女性とファッションの関係の切り離しがたさを示していると同時に、より主体的な操作の可能性を示唆しているように思われる。ボードレールが女性とファッションを同一視することで女性を空位化したのとは対照的に、機能的や個人的趣味も含めて、ファッションがアイデンティ構築や、その表現として、あるいは手段としての能動的営みともなりうると述べているのだ。本論では常に、資本主義社会の企業経営者に操作される危険性と隣り合わせであるとはいえ、ファッションの選択を一つのパフォーマンスと見なして、生きる行為、アイデンティティを作り続ける行為の一部と認識している。つまり観念的にはファッションは受動性と主体性、有機と無機、生と死の境界線で動き続ける営みであると考えられる。

ファッションは一方で「新たな可能性の探究を可能にする美的創造性の多くの形式のうちの一つ」(Wilson, *Adorned* 245)であり、ジェンダーにより割り当てられていた役割に挑戦し、それを転覆する「潜在的力」を持つもの (Arnold 106) でもある。だがその人工性と、ジェンダーとセクシュアリティとの共謀、反復脅迫を促す経済装置という側面によって、ファッションには常に何らかのいかがわしさと疑念が伴う。それでも、社会と個人、死と生、受動性と能動性、順応と反逆、破壊と創造、自己否定と肯定、欲望と克己、不安と自信を交錯させる場であるファッションが、社会と文化を構成し、個人のアイデンティティ構築と大きく関わる重要な事象であることは間違いない。些末で浮薄な領域と見なされがちであったファッションと消費は、両価性と多義性を持つ近代性を解く有効な切り口である。それだけでなく、ファッションと消費自体の両価性と多義性が近代性そのものを編成する重要な要素とも言えるだろう。

(了)

引用文献

- Arnold, Rebecca. *Fashion, Desire and Anxiety: Image and Morality in the 20th Century*. New Jersey: Rutgers UP, 2001.
- Baudelaire, Charles. *The Painter of Modern Life*. Trans. P. E. Charvet. London: Penguin, 2010.
- Baudrillard, Jean. *The Consumer Society: Myth and Structures*. 1998. Los Angeles: Sage, 2011.
- Beaton, Cecil. *The Glass of Fashion: A Personal History of Fifty Years of Changing Tastes and the People Who Have Inspired Them*. 1954. New York: Rizzoli International Publications, 2014.
- Chisholm, Anne. *Nancy Cunard: A Biography*. 1979. Harmondsworth: Penguin, 1981.
- Davis, Fred. *Fashion, Culture, and Identity*. Chicago: Chicago UP, 1992.

- Huysen, Andreas. *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism*. Indiana UP, 1986.
- Leach, William R. "Transformations in a Culture of Consumption: Women and Department Stores, 1890-1925." *The Journal of American History* 71.2 (1984) : 319-342.
- Nava, Mica. "Modernity's Disavowal: Women, the City and the Department Store." *The Shopping Experience*. Ed. Pasi Falk & Colin Campbell. London: Sage, 1997. 56-91.
- Parsons, Deborah L. *Streetwalking the Metropolis: Women, the City, and Modernity*. Oxford UP, 2003.
- Pugh, Martin. *We Danced All Night: A Social History of Britain between the Wars*. 1988. London: Random House, 2008.
- Simmel, Georg. "Fashion." 1904. *Georg Simmel on Individuality and Social Forms*. Ed. Donald N. Levine. U of Chicago P, 1971. 294-323.
- Steel, Valerie. *The Corset: A Cultural History*. Yale UP, 2001.
- Veblen, Thorstein. *The Theory of the Leisure Class*. 1899. Oxford UP, 2009.
- Waugh, Evelyn. *Decline and Fall*. 1928. London: Penguin, 2003.
- Wilson, Elizabeth. *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. 1985. Revised and Updated Edition. 2003. London: I. B. Tauris, 2014.
- Wilson, Elizabeth. "The Invisible Flâneur." *New Left Review* 191 (1992) : 90-110.
- Woodhead, Lindy. *Shopping, Seduction & Mr Selfridge*. London: Profile Books, 2012.
- ウルフ、ナオミ『美の陰謀——女たちの見えない敵』曾田和子訳、TBSブリタニカ、1994年。
- 柏木博『ファッションの20世紀—都市・消費・性』日本放送出版会、1998年。
- ゾラ、エミール『ボヌール・デ・ダム百貨店—デパートの誕生』吉田典子訳、藤原書店、2004年。
- パクトー、フランセット『美人』浜名恵美訳、研究社、1996年。
- バック=モース、スーザン『ベンヤミンとパサージュ論：見ることの弁証法』高井宏子訳、勁草書房、2014年。
- ブラック、J・アンダーソン他『ファッションの歴史』下、山内沙織訳、PARCO出版局、1985年。
- デュ・ロゼル、ブリュノ『20世紀モード史』西村愛子訳、平凡社、1995年。

(2016年9月28日受理)