

繰り返しになるが、ファッションについて考え得ることや語り得ることは実は無数に偏在している。そうした諸問題を1つの切り口、1つの観点、1つのセオリーで捉え尽くすことは到底不可能である。鷺田の『モードの迷宮』は身体論というひとつの武器でファッションという難物に挑んだ1つのアプローチに過ぎない。同書が出版された30年前は言うまでもなくインターネット以前の時代であり、当時と現在とでは、私たちの生活環境はもとより、私たちを取り巻く政治／経済／社会／文化といったあらゆる状況が激変している。そうした世界変容を踏まえたうえで、いま、私たちはより新しい切り口、より新しい観点、より新しいセオリーでファッションを捉え直してみる必要があるだろう。

本書はタイトルにもあるように、上記のような新たな試みをスタートするにあたっての「ファッション論入門」である。ファッションに何となく興味と関心はあるものの、自分がいったい何に魅了され、心惹かれているのか、あるいは、現状のファッションにどこか不足や不満を感じている理由はなぜなのか、その答えを探しあぐねている学生にはぜひ一読を勧めたい。自分自身が抱えている漠然とした問題意識を対象化し、言語化するためのヒントがかならずや発見できるはずである。もちろん500ページに満たない紙幅の中で16人もの思想家・哲学者を紹介しているわけだから、当然のことながら、その記述は彼等の仕事のごく一部に止まるし、本書を読破したからといって紹介されている概念や術語を十分に理解できたと思いつむのは早計である。しかし、おもにポスト構造主義以降の思想・哲学の潮流、およびその提唱者たちが何を問題にし、いかに格闘してきたかを概観するには非常に適した書物と言える。

日本記号学会編

『(叢書セミオトポス 14) 転生するモード——デジタルメディア時代のファッション』

新曜社、2019年刊
183頁、2600円＋税

国際ファッション専門職大学
大貫 徹

本書は2017年5月に開催された日本記号学会第37回大会をもとにして編集された論集である。その構成は四部構成となっているが、第四部が研究論文となっているため、実質上は第一部から第三部までの三部構成であり、その内容は以下の通りである。

第一部(19-63ページ)の題目は「紙上のモード—印刷メディアと流行」であり、論者は、佐藤守弘、平芳裕子、高馬京子、成美弘至の四氏である。ここでは、第三部で論じられる予定のデジタルメディア時代のファッションを考察するために、まずは、その前段階である紙メディアの時代におけるモードを検証している。すなわち、衣服や流行が印刷メディアにおいてどのように表象され、どのように伝達されていたかを再確認する作業が中心であり、さらには、それがデジタル化によって何がどのように変わっていくのかに関する展望も示していると言える。ここで重要なことは、後に評者も触れることになるが、そうした議論の出発点として、論者全員が罗兰・バルトの『モードの体系』を据えている点である。その意味では、評者の見るところ、第一部がもっとも充実しているように思う。

第二部(65-96ページ)の題目は「ストリートの想像力—HARAJUKU / SHIBUYA」であり、論者は高野公三子、水島久光の二氏である。第二部は高野、水島による対談が収められていて、さまざまなストリートファッションの話がかなりの濃度で展開されている。

第三部（97-163 ページ）の題目は、先にも触れた通り、「デジタルメディア時代のファッション」であり、論者は、須藤絢乃、大黒岳彦、吉岡洋、高馬京子の四氏である。ここでは、高馬の司会のもと、まずは須藤、大黒、吉岡の発表が行われた後、四氏による討議および質疑応答が収められている。発表内容自体、論者の自由に任せていたということもあり、その後の討議も含めて、内容がきわめて多岐にわたっている。簡単に討議の目次を示すと、「ファッションとアイデンティティ形成」「自己玩弄と着こなし」「セルフイーと自己のアバター化」「モード／ファッションの終焉？」となっている。

こうした内容をもつ本書の全体的な前書きとして、大会実行委員長である高馬京子による問題提起が、13 ページから 17 ページまでの 5 ページにわたって記載されている。高馬はそこで「本書では、衣服というよりは、流行としての「衣服」すなわちファッション／モードに焦点をあて、それらを生成し発信する場（紙媒体、ストリート、デジタルメディアなど）との関係から考察する」¹⁾と宣言した後、以下のように述べる。

大会が開催された二〇一七年というのは、記号学とファッションにとって記念すべき年で、フランスでロラン・バルトの『モードの体系』が出版されてから五〇年（中略）を迎えた年でもあった。『モードの体系』のなかで扱われたモードは、オートクチュール（高級仕立服）が全盛の一九五八年六月から一年間の間にフランスの「モード雑誌」に掲載されたモードで「ファッショングループ」（モードの制作者たち）が生成し、一方向的に発信された大文字のモード（Mode）である。バルトは、モード雑誌といったメディア、情報発信者のイデオロギーを暴こうと、記号学的観点から

分析した。時代の流れのなかでバルトは、『モードの体系』の前書きで既にこの本を過去のもの、「記号学の歴史」として位置づけているが、研究対象として認められない傾向のあるファッション／モード雑誌の言説、イメージ分析を、バルトが『モードの体系』のなかで行ったことは、その後さまざまな研究領域でファッションを分析する研究者にとって一つの礎となったことは言うまでもない。（本書、13-14 ページ）

こう述べることで、高馬は先駆者としてのバルトに高い敬意を表している。しかし、残念ながら、敬意はここまでである。内容紹介のところで記したように、高馬に限らず、論者の多くはバルトの『モードの体系』に触れる。しかし、それは、すでに古くなったもの、もはや有効ではないものという視点から触れているに過ぎない。これが本書の基本的姿勢である。その代表例として、第一部の筆頭論者である平芳裕子の論考「ファッション誌の技法—イメージ／ことば／設計図」の一部を提示しよう。平芳は次のように言う。

バルトはファッション誌に書かれた「ことば」を取り出し、モードの衣服の生成構造を明らかにしました。バルトはこの記念碑的著作を出版する以前から、さまざまなテキストで服飾史批判を展開していました。バルトによれば、「服飾史は治世による歴史・時代区分に従って一着ごとの詳細な記述を試みたが、それだけにシステムの歴史を確立できなかった」と言います。（中略）バルトが分析の対象としたのは主にフランスのファッション誌『エル』と『ジャルダン・デ・モード』、それも一九五八年から一九五九年の一年間に限定された「ことば」です。「特定のモード」あるいは「モードの歴史」ではなく、モードの共時態から「モードと

いうもの」が生成させられる言語の普遍的構造を解明したわけです（中略）。

では今改めて、現代のファッション誌からモードの語彙を抽出し、バルトの方法論の有効性を検証すべきなのか？ という、それは必ずしもアクチュアリティをもった仕事とも見えません。なぜならバルトの時代以上にイメージの優位性が際立つ現代にあっては、もはやファッション誌にはことばすら添えられず、さらには紙に印刷された雑誌のあり方は大きく変容を遂げつつあるからです。しかし私がここで指摘したいのは、バルトの方法論が「古い」ということではなく、それはまさしく二十世紀後半、パリのオートクチュールによるスタイルを、ファッション誌が旬のモードとして報道することで「ファッション」が成立していた時代に最も適合する理論であったのではないか、ということです。（23-24ページ）

平芳の次に登場した高馬も同様である。高馬はバルトに敬意を表したすぐ後に、話を転じて、「デジタルメディア、ソーシャル・ネットワークサービス（SNS）が発達し双方向的情報発信が日常的になった（中略）状況下の現代において」（14ページ）、バルトが『モードの体系』を執筆した時代にあったような「大文字のモードは「崩壊」してしまった（のではないか）」（14ページ）と述べている。要は、高馬も平芳も、そして多くの他の論者も声を揃えて、バルトの『モードの体系』は、デジタルメディア、ソーシャル・ネットワークサービス（SNS）が発達した現代では有効ではないとしているのである。こうした視点にもとづき、大会実行委員長である高馬は、新たな検討課題として次の2点をあげることになる。

1つは「インターネット、デジタルメディア、特にSNSの誕生によってファッションの形成と伝達の仕組みにいかなる変化が見られるの

か」（14-15ページ）という問いであり、もう1つは「ファッションがアイデンティティ、主体形成において重要な役割を果たすということは、ジンメルをはじめ、多くの論者が論じてきたが、（中略）ファッションを通しての主体、アイデンティティ形成も、デジタルメディア、SNS誕生の前後で変化があったのだろうか」（16ページ）という問いである。

実際、本書では、この2つの問いを巡って多彩に論じられている。その意味ではたしかに興味深い論集にはなっているし、また、今日のファッション業界について考える上ではきわめて有益でもあろう。しかし評者はこうした姿勢に根本的な疑問を抱いている。それは1つに、それほど簡単にバルトの試みを捨て去っていいものだろうかという点である。もう1つは、記号学会という枠の中で見ると、はたして高馬の提示した問いは真の問いと言えるのであろうかという点である。先に高馬が触れた2つの問いとは、簡単に言えば、1つは「ファッションの形成とその伝達」に関する問いであり、もう1つは「ファッションを通しての主体形成」に関する問いであろう。これらはいずれも、記号論的な範疇ではなく、1つはファッション・ビジネス的な問いであり、もう1つは精神分析的あるいは哲学的な問いではないだろうか。だから、第二部ではマーケティング分析等を専門とする論者2人が対談しているのだろうし、続く第三部では、哲学者吉岡洋がしきりに次のように主張しているのであろう。

ここで「ファッション」と言っているのは、いわゆるモードや流行としてのファッションではなくて、まさに「自己」の問題、自分という存在をどう理解するか、っていうことに関わる活動です。コミュニケーションや社会的文脈はもちろん重要であろうけれど、ファッションのコアの部分には、自分で自分を見ることがあるのではないか。（131ページ）

僕にとってファッションは、コミュニケーション的というよりは、むしろ実存的な意味をもったものなんです。(142ページ)

ということは、本書は記号学会の論集と言いながら、実際の論点はそこから大きく逸脱していると言わざるを得ないのではないか。

評者は、たとえば先に引用した平芳の一節にはバルトの著作への誤解があるように思える。平芳は「モードの共時態から「モードというもの」が生成させられる言語の普遍的構造を解明した」(24頁)と言うが、そうではないだろう。バルトが「この研究が取り扱う対象は、実をいうと衣服でもなければことばでもない、いわば一方から他方への「翻訳」だということになる。衣服自体がすでにひとつの記号体系であるかぎり、そういつていいわけだ²⁾」と述べている点をもう一度確認すべきではないだろうか。ちなみに、評者の手許には、山田登世子が訳した『ロラン・バルト——モード論集』という文庫本がある。このなかには、『モードの体系』刊行時になされたインタビュー記事や対談記事が多く収められているのだが、実は、先に高野や平芳がバルトに対して懐疑的に言及した点などは、すでにこの対談の中でインタビュアーが問い質している。したがって、これらを紹介しながら評者の論点をより明らかにしたいと思う。とはいえ、そのまま紹介しても冗漫となるだけなので、まずは、訳者である山田登世子の簡潔な解説を引用することからはじめたい。

山田は「インタビュアーを務めているセシル・ドラングジュという女性はおそらくモード記者かモード雑誌記者だと思われるが、他の2つのインタビューの聞き手にくらべ、いちだんと知的でなく、しかもそれを隠そうとしないのが、期せずして興味つきないやりとりを生んでいる³⁾」と記したうえで、次のように記している。

バルトは、街で見かけるような現実の衣服ではなく、モード雑誌に書かれた衣服に分析のターゲットをしばった。ところがセシル・ドラングジュはモード雑誌の「言葉」など少しも説得力がないと言う。写真やイメージの方がはるかに女性に訴えてくる、と。そればかりか、「試着せずにドレスを買うような女性など一人もいません」と実に実践的な反論をくわえている(中略)。

そんな「現実的な」女性の感覚にたいして、バルトが忍耐強く答えているのも感動的である。バルトにとっては逆に、「書かれた衣服」こそモードをつくりだすのだ。モード雑誌に書かれ、語られること、そのメディアのざわめきがなければおよそモードは成立しない。⁴⁾

こう述べた後、山田は「バルトがモード雑誌『エル』の言葉を分析してからおよそ半世紀、モード・メディアはますます多様化し、いまやネット・モード花盛りの感がある。だがそうしてメディアは移り変わっても、メディアの語る衣服がモードであるという真実は少しも変わっていない。(中略)バルトのモード論の核心は現在に生きているのである。『モードの体系』が古典であるゆえんであろう⁵⁾」と続けている。ちなみに、セシル・ドラングジュというインタビュアーがバルトに「もしあなたが五十年前にこの本をお書きになっていたとしても、あなたの分析は同じだったのでしょうか⁶⁾」と訊いた際、バルトは次のように答えている。

まさにそのとおりです。わたしはある特殊なモードを記述したわけではありせんから。まさしくわたしは形式の目録をつくりあげようと心がけたのでして、したがって、その目録はモードの内容に関知しないわけです。モードとは一つの結合術であって、さまざまな要素と変換の

規則とからなる無限の貯蔵庫を有しています。毎年、文法と同じような制約と規則をもったもろもろの特徴の総体からその年のモードの特徴を汲みだしてくるのです。ですから、モードがわたしたちの眼に予測不可能なものに見えるとしたら、それはわたしたちが人間的記憶のレベルに身をおいているからなのです。けれどももしあなたが観察のスケールを変えて、数年単位のスケールではなく、四十年から五十年の単位に身を置くとしたら、この現象に大変な規則性があることがわかってくるでしょう。⁷⁾

さらにバルトは「たとえば二〇二〇年か二〇二五年には、スカートは再びとても長くなるにちがいありません」⁸⁾とさえ断言している。まさに記号論者バルトの面目躍如の瞬間ではないか。

これに対して、セシル・ドラングジュは「もう一つ、一時代の終焉をあきらかにする事実をあげましょう。多かれ少なかれ女たちがモデルにする女性は、金持ちのモデルではなく、若いモデルなのです。ミニスカートはストリートに降りてきたのではないのです。それは、ロンドンのストリートから生まれたのです」⁹⁾とバルトに鋭く問いかける。バルトは次のように答えるのだ。

このモードが何らかの社会学的な現象に対応しているとは思いません。わたしの思うに、わたしたちがある衣服を説明したり合理化したりしようとするときに考える理由はすべて、疑似一理由なのです。(中略) まったく別の動機、形式的な動機で生まれた事実の後から理屈をつけるのです。(中略) 強調しなければならないのは、実際に衣服はつねに記号の一般的体系として構築されるとしても、このシステムの意味作用は安定していないということです。それは、歴史の変動につ

れて変わってゆくのです。¹⁰⁾

評者はバルトのこうした返答に感動さえ覚えてしまうのだが、それは間違っているのだろうか。ここで結論としよう。

本書では、ファッション・ビジネスの話や精神分析的な話ではなく、もっと正面切って、記号論的な観点から、バルトの『モードの体系』に取り組むべきではなかったか。第一部の論者の1人である成美弘至は「バルトは雑誌がどうモードのシニフィエを作りだすかについての記号学的分析を試みたが、読者がそれをどう読んだか、そこからどんな流行につながったのかというレベルには言及しなかった」(58ページ)と言うが、それは無い物ねだりではないか。バルトの試みは記号論的なそれであって、語用論ではない。先に触れた平芳は「現代のファッション誌からモードの語彙を抽出し、バルトの方法論の有効性を検証すべきなのか?」という、それは必ずしもアクチュアリティをもった仕事とも見えません」(24頁)と言うが、本当にそうなのか、それを確かめる作業こそ、50年後の私たちが行う作業ではなからうか。評者としては、記号論者が集まる学会である以上は、ぜひとも記号学の先駆的な試みである『モードの体系』への正面からの取組を切に期待したい。

<注>

- 1) 日本記号学会編『(叢書セミオトポス14) 転生するモード——デジタルメディア時代のファッション』新曜社、2019年、13頁。なお、本書からの引用は、これ以降、すべて頁数のみ本文中に記す。
- 2) ロラン・バルト『モードの体系』佐藤信夫訳、みすず書房、1972年、7ページ。
- 3) ロラン・バルト『ロラン・バルト——モード論集』山田登世子訳、筑摩書房、ちくま学芸文庫、2011年、181ページ。
- 4) バルト前掲書、182ページ。

- 5) バルト前掲書、182-183 ページ。
- 6) バルト前掲書、165 ページ。
- 7) バルト前掲書、同ページ。
- 8) バルト前掲書、167 ページ。
- 9) バルト前掲書、163-164 ページ。
- 10) バルト前掲書、164-165 ページ。

藤田結子・成実弘至・辻泉 編著
『ファッションで社会学する——Doing
Sociology through Fashion』

有斐閣、2017 年刊
296 頁、2300 円+税

国際ファッション専門職大学
熊田陽子

小さい頃、スヌーピーが描かれた赤いトレーナーを気に入っていた。洗いすぎて赤は赤でなくなり、スヌーピーの印刷はヒビが入り、袖口はすり減ってギザギザになってきた。しかしそんなことは全く気にならず、長いことお気に入りの 1 点として着用していた。

こんなことを思いだしたのは、本書を読んで、大きくなった自分が変わってしまったことを痛感させられたからだ。今、たとえ同じく気に入っていたとしても、あの状態のあのトレーナーを着て学校（大学）に来ることはできない。「ボロい服を着ている自分」に対する周りの目を気にする今の私は、「誰が何と言おうと好きなものは好きなのだ」という、かつての強靱な心を失ったようで寂しい。他方、「ボロい服は周りの方々に対して失礼になりうる」など、他者と「うまくやる」方法を身に付けただけだといわれれば、それはそれで、納得しなくもない。いずれにせよ、本書から再確認されたのは、着衣をはじめとする「ファッション」が、人々の関係つまり社会性の中に深く沈み込んだものである、ということだ。一見、「自由」に選択しているかのようなファッションには、自己を他者の視

点から確認する、という作業がつきまとう。

ただし本書は、「ファッションの社会学」ではなく、「ファッションで社会学する」本なので、ファッションの文脈と事例から、社会学を学ぶことも目指している。そのため「Introduction」（本書 1-14 ページ）では、ジンメル、ギデンズ、ブルーマー、ブルデューによる「流行」、「階級」、「集合的選択」といった社会的キーワードが読者の導きとなるようわかりやすく説明されている。さらに本書には、これから調査を始める学生を対象にしているため、各パートに調査のやり方や心得ががついている。構成は以下の通りである。

Introduction：ファッションで社会学する
パート I メディア

- 1 章 女性ファッション誌を読み解く——なにを着るか、いかに生きるか
- 2 章 男性ファッション誌を解説する——内容分析からみた男性文化の特徴
- 3 章 ファッション誌の歴史——近代化と服飾メディアの登場

方法編：内容分析のすすめかた

パート II 身体・アイデンティティ

- 4 章 外見と自分らしさ——何のため／誰のために外見を整えるのか
- 5 章 ジェンダーをする——逸れる、盛る、かき乱すファッション
- 6 章 コスプレとサブカルチャー——受容を超越、参加する文化へ

方法編：インタビューのすすめかた

パート III 都市・流行

- 7 章 ファッションのしくみ——パリモードからファストファッションまで
- 8 章 ストリートファッション——都市文化としてのファッション
- 9 章 ファストファッション——ファッションの「自由」がもたらす功罪

方法編：アンケート調査のすすめかた

パート IV グローバリゼーション

- 10 章 国境を越えるデザイナー——ファッ