

近代イギリスにおける消費文化としての服飾と女性

— ファッション雑誌・カタログから浮かび上がる女性の社会意識の考察

Women and Clothing as Part of Consumption Culture in Modern Britain: Studies on Women's Social Consciousness as Emerging through Fashion Magazines and Dress Catalogues

大石 和欣^{*1+}, 菅 靖子^{*2+}, 眞嶋 史叙^{*3+}
Kazuyoshi Oishi^{*1+}, Yasuko Suga^{*2+}, and Shinobu Majima^{*3+}

*1 名古屋大学大学院文学研究科 愛知県名古屋市千種区不老町

Graduate School of Letters, Nagoya University,
Furocho, Chikusa-ku, Nagoya, Aichi Pref. Japan

*2 津田塾大学 英文学科

Department of English, Tsuda College,

*3 学習院大学 経済学部

Faculty of Economics, Gakushuin University

+服飾文化共同研究拠点、文化ファッション研究機構、文化女子大学

Joint Research Center for Fashion and Clothing Culture

Bunka Fashion Research Institute, Bunka Women's University

Abstract : General outline: As part of our proposed research on the rise of new fashion consciousness among women in the framework of consumption culture, this academic year was devoted mostly to basic investigation into fashion periodicals and catalogues and the distribution data of clothes in late nineteenth-century and early twentieth-century Britain. The research was conducted from three different viewpoints, namely from cultural history, design history, and economic history.

Outcome and observations: *The Women's World* edited by Oscar Wilde, periodicals and magazine edited by C. S. Peel, and the popular Victorian magazine *Punch*, have been the main focuses of our research. Oishi has been interpreting the representations of Haute Couture female fashions in them in contrast to the popular perception of ready-made clothes for women as represented in *Punch*. Suga, on the other hand, pays attention to the patterns attached to these fashion magazines, whose designs functioned as a bridge between Haute Couture fashions and popular ready-made clothes. C. S. Peel's ideas and discourses indicate a crucial change of fashion consciousness among late-nineteenth-century women. Majima examined this change from a new viewpoint of economic history. She investigated Drapers Record filed in British libraries and clarified the process through which journalism in general, including magazines and periodicals, made a huge impact upon the distribution and consumption of clothes in the late-nineteenth and early-twentieth centuries.

Prospect: The results of the above researches and investigations will be presented at an international

*1) kaz@lit.nagoya-u.ac.jp

conference to be held at Gakushuin University in September 2011.

はじめに

イギリス 19 世紀末から 20 世紀初頭の消費としての服飾文化の興隆について、今年度は、流通のデータおよびファッション雑誌やカタログの基礎調査を、文化史、デザイン史、経済史という 3 つの領域から行った。

考察

大石は、19 世紀末のオスカー・ワイルドが編集した *The Woman's World* (1888-1890) を中心とした雑誌やカタログにおけるオートクチュール女性服の表象を文化記号として解説していった。その一方で『パンチ』をはじめとした庶民的な眼差しを掲げる新聞メディアにおいては、既成服をはじめとする女性の服飾の社会的表象について資料読解を進めた。

既製服が流通する一方で、女性雑誌には根強くパターン(型紙)が付録としてつけられていた。19 世紀後半に顕著となるのは、こうしたパターンあるいは服飾の提案に、積極的に流行のデザインを取り入れていったことである。菅はこのパターンに着目し、デザイン史の観点から女性の服飾への意識の変容をさぐっていった。とくにファッション雑誌に広く寄稿し、また編集作業も行っていたピール夫人の服飾関連の文献の読み込みを行った。

眞嶋は、こうした新しい服飾業界の再編成を、経済史の観点から *Drapers Record* を資料として読解しながら、20 世紀初頭から 19 世紀末までに遡って考察を行った。雑誌をはじめとするジャーナリズムが服飾業界の流通や消費に対して大きな変化を誘発していく過程が明らかになった。

今後の展望

こうした基礎資料についての考察について意見を交換しながら、次年度はさらなる資料の読み込みを行い、全体的枠組みを明瞭にした上で、9 月に主催する国際学会を通して研究発表する予定である。

成果文献

1. 大石和欣 「ある道路工事人と唯美主義者の肖像－ワイルドの社会主義とアメリカ講演」『オスカー・ワイルド研究』11号, pp.67-76 (2010年12月).
2. 菅靖子 「C.S.ピール夫人著作集:世紀末から両大戦間期を生きた女性ジャーナリストの奇跡」『C.S.Peel 夫人著作集 別冊解説』(東京: Athena Press, 2010年11月)
3. Shinobu Majima, 'Globalization and the Knowledge of Fashion: the cultural network of designers, journalists and consumers during the interwar years', *Gakushuin Research Journal of Economics*, forthcoming (2011).