

第 35 期第 11 回研究会「ポスト〈カワイイ〉時代のメディア文化を考える」(メディア文化研究部会主催)終わる

日 時:2017 年 2 月 17 日(金)15:30~19:00

場 所:大阪市立大学梅田サテライト文化交流センター小セミナー室

〒530-0001 大阪市北区梅田 1-2-2-600(大阪駅前第 2 ビル 6 階)

報告者:西原麻里(愛知学泉大学)

永田夏来(兵庫教育大学)

討論者:高馬京子(明治大学)

司会者:吉光正絵(長崎県立大学)

参加者:24 名

記録執筆者:吉光正絵

本研究会では、2017 年 3 月刊行予定の吉光正絵・池田太臣・西原麻里編著『ポスト〈カワイイ〉の文化社会学』(ミネルヴァ書房)の著者らの報告から、ポスト〈カワイイ〉時代のメディア文化の行方を探った。現在、〈カワイイ〉という言葉は、辞書的な意味や用法を離れて多様な文脈や領域で使われており、日本特有のメディア文化を象徴する言葉ともなっている。〈カワイイ〉は、「美しい」や「カッコイイ」とは異なり、論理的整合性や完璧さよりも感情移入できる親近感や即時的コミュニケーションのきっかけを創り出すインパクトを優先する感性である。そのため、メディアの普及により消費やコミュニケーションのサイクルの高速化と簡便化が進む現代人のライフスタイルとの相性が良い。こうした点が〈カワイイ〉という言葉及び感性が一般化する一因となっていると考えられる。一方で、こうした〈カワイイ〉の拡がり、女性たちの文化的・社会的活動範囲の拡大とも結びついており、女性たちが生きやすくなるための戦略の総称ともいえる。〈カワイイ〉は一見すると古典的な女らしさを反映しているようにみえるが、実は、伝統的な規範の圧迫から抜け出して自分らしく生きたいと願う女性たちの希望の表れでもある。現代の女性たちは、自分なりの解釈でより自由に〈カワイイ〉を楽しんでいるのである。小川博司理事(関西大学)の主催者挨拶、参加者全員の自己紹介の後で、上記のような〈カワイイ〉を巡る現状と概略・企画意図について、司会者から説明した。

第一報告の西原麻里会員は、日本の女性文化における理想像の一つである「プリンセス」について、ファッション誌を中心に雑誌メディアの言説を考察した。現代の女性たちは、プリンセスという存在にいったい何を託しているのかを雑誌言説から分析し、世代によって異なる女性たちの複雑な生き方のあり様を読みといた。雑誌分析のまとめとして、「〈プリンセス〉とは、それぞれが望むものを映し出す、マジック・ワード」であると結論づけられた。具体的には、「30 代~40 代では、仕事、社会的地位、美しさ、若さ……」、「10 代後半~20 代前半では、可愛らしさ、おしゃれ、女同士の友情……」などである。また、「アラサー向けの雑誌で〈プリンセス〉言説がヒットしなかった」ことが指摘され、その理由が考察された。「ポスト団塊ジュニア世代」「プリクラ世代」(’77~’86 生)は、「エビちゃん OL」ブーム「めっちゃ♥モテ」「モテカワ」の世代である。この世代では「職場や大学で浮かない、万人受けするファッション」が好まれた。つまり、「実用的な〈カワイイ〉=世を渡る術」が彼女たちの世代の〈カワイイ〉であったためなのではないかと考察された。

第二報告の永田夏来氏は、まず、若者が過ごす夏休みのイベントとして一般化している「夏フェス」について、フジロックフェスティバルを中心に日本におけるフェスの変遷と概略を説明した。その後で、女性を対象としたインタビュー調査結果を元に「越境する夏フェス女子」について報告した。音楽情報誌等のマスメディアのフェス情報は「出演者の紹介」等の「見る」姿勢に重きを置かれているが、「フジロックフェスティバル関連サイト」では、「いる」が主張されている。永田によれば、「夏フェス女子」の参加姿勢は、「みる:スポット的=アトラクション中心(遊園地、コンサート、映画など)」と「いる:連続的=滞在中心(カフェ、オートキャンプ、ショッピング、温泉など)」との間を行き

来する「越境＝積分的＝複合目的(ディズニーランド、ロックフェス、など)」という特徴がある。「夏フェス女子」のフェス体験では、「アトラクション」だけではなく、「服装、食べ物、行動、など関連する経験の全てが特有の文脈と価値を持ち、それを楽しむ」というインテグラルなアクションが見られており、それを通して「夏フェス化」と呼ぶべき状況が生じている。一方で、「夏フェス女子に見る〈カワイイ〉の効果」とは、「写真を撮影、SNS で共有する」ことで、「自分の楽しみとして〈カワイイ〉を楽しむことになり実用性に審美性が加わるアクションとなる」ことである。

休憩を挟んで、討論者の高馬京子氏から『kawaii のアルケオロジー(仮)』(明石書店、近刊) や近年の研究視点を踏まえて議論された。まず、「世界で kawaii が普及する状況や、日仏の研究者、メディア、着用者、企業、政策と様々な立場で語られるかわいい/カワイイ/kawaii のズレ」について説明があった。その後、「なぜ『かわいく』なければならないのか?」といった視点から議論が投げかけられた。第一報告については、フランスでは少女のロールモデルが「10 歳前後まではプリンセスだが 10 代半ばからはポップスター」に変わることで「メディアが少女を大人の消費者に育成しているが、日本ではどうしてずっと同じ言葉を使い続けるか」と問われた。

これに対して西原会員から、日本で〈カワイイ〉にこだわるのは、〈カワイイ〉を利用することがコミュニケーションを取る際に実用的であったり便利・無難であったりすることが要因ではないかと、女兒向け雑誌の雑用ふろくの『プリンセスときめき DVD』や、女性誌におけるサラ・ジェシカ・パーカーの表象などを例に説明された。これに対して、高馬氏から〈カワイイ〉がどの世代でも無難な言葉として選ばれるのは「若々しくなければいけない」という規範が強いせいなのではないかといった議論が展開された。第二報告については、「夏フェス女子の〈カワイイ〉はオーダー(命令に即した行為)なのか自発的行為なのか」「夏フェス女子は卒業しないのか」といった視点から問題提起された。これについて、永田氏からは「オーダー」であり「夏フェス女子は卒業しない」と説明された。

以上の報告・討論を踏まえた後でフロア討議を行った。池田太臣氏(甲南女子大学)から、〈カワイイ〉表現の内容とそれを好む人格とを無媒介に結び付けて語ることの危険性が指摘された。フロアから、現在でも〈カワイイ〉は、「無垢」や「未成熟」を内包する存在を示す言葉としての意味合いが強いのではないかといった点や、背景としての日本の男女関係について問いが投げかけられ活発に議論された。具体的には、日本では「男性プレイヤーが多い」ため「未成熟」や「ピュア性、依存性」が女性に求められるので「女性への自律」を阻む文化的土壌を産み、〈カワイイ〉が無難な言葉として使い続かわれてきたのではないか。逆に、〈カワイイ〉は『可愛いままで年収 1000 万円』といった書籍タイトルのように自立を語る文脈でも利用されており、「リーマンショックの後くらいからは、男性にこびてもててもしょうがない、あくまでも自分目線で評価する言葉」、「女性同士の共同性を確立するための言葉」として〈カワイイ〉が利用されてきた側面が強い等である。以上のようなフロア討議によって万能語化がすすむ〈カワイイ〉を巡っては「成熟／未成熟」と「自律／依存」の問題系が依然として存在することが明らかになった。閉会の言葉として、石田佐恵子理事(大阪市立大学)から、単純な否定や肯定ではなく「なぜ、〈カワイイ〉が選ばれ続けるのか?」といった点について考え続けることが重要なのではないかとあり、研究会は終了した。20 名を超える参加者の活発な議論が時間いっぱいまで行われ、盛会のうちに終えることができた。