



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	Representing Race : The Body and Racialization in Japanese Women' s Media, 1960s-1980s [an abstract of dissertation and a summary of dissertation review]
Author(s)	PELLICANO', Elisa Ivana
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(学術)
Dissertation Number	甲第15805号
Issue Date	2024-03-25
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/92058
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Type	doctoral thesis
File Information	Pellicano_Elisa_abstract.pdf, 論文内容の要旨



(様式4)

学位論文内容の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（学術）

氏名：ペッリカノ・エリーザ

学位論文題名

Representing Race: The Body and Racialization in Japanese Women's Media,
1960s-1980s

(戦後日本の女性メディアにおける「身体」の表象—「人種」を中心に—)

本論文は、1960年代から80年代の女性を購読者として想定するメディア（女性誌）において、身体的特徴において「日本的」でないと見なされた人々の表象を幅広く収集し、質的な分析を加えることで、戦後日本社会において「日本人」の人種・エスニシティにまつわる意識がどのように構築されていったのか、その過程を明らかにしようとした。著者はその過程をR. マイルズの定義を元に「人種化」（主に身体的な特徴とされるものを表象し他者化するプロセス）として概念化し、「人種化」の過程は「異質」と見なされる他者だけでなく、「日本人」としての自己や、その中間的な位置付けをされる人々（いわゆる「ハーフ」やミックスド・レース、以下ミックス）の表象にも複雑に絡み合ってきたと論じている。

ここで言う女性誌、特に若い女性を読者層として想定する雑誌は日常における身体にまつわる消費に関わる記事や広告が多く載せられる媒体であり、上記のようなプロセスに深い関わりを持っていると著者は論じる。ここで分析の対象とする雑誌は、各年代の特色や当時の読者層の広がりや考慮して選定され、主要な媒体は『装苑』『ドレスメーカー』『女性自身』（1960年代）、『an-an』『non-no』（1970年代）、『JJ』『Cancam』（1980年代）である。これに各時代の主要な雑誌広告集から得た資料と資生堂の広告資料を補足的に用いている。このような資料から幅広くデータを収集し、主に記事や広告に用いられるテキストと画像を用いて、マルチモーダル言説分析という方法で分析を行なった。

対象となる1960年代～1980年代は、第二次世界大戦の敗戦および日本植民地帝国の終焉とその後のアメリカ進駐軍による占領により戦後の人種・民族意識が新たな局面を迎えた時期（1940年代後半～50年代）と、いわゆる「ニューカマー」の流入によって新たな多様性の認識が構築され始めた時期（1990年代以降）に挟まれた30年であり、戦後日本社会における「日本人」としての意識が固められていった時期であった。その間、「外国人」や「ハーフ」（ミックス）と見なされる人々の表象は複雑な変化を経たことを分析は示す。

論文の構成は以下の通りである。第1章で本論文の問題設定と研究視角の特徴、理論的・方法論的枠組みの提示、先行研究のレビューが行われた。分析は第2～第5

章において展開される。第2章は、「Beauty Culture after the end of the Occupation: the 1960s」と題し、1960年代全体が扱われた。この時代には、戦後の記憶が未だ「混血児問題」というかたちで微妙な影を落としながらも、「ハーフ」（ここでは主に「白人」系のミックス）のモデルが理想的な「美」を象徴する存在として扱われた（ただし同時に他者化された）ことが示された。第3章「Fashion as avant-garde: *an-an* 1970-1972」では創刊期（1970年代初頭）の『*an-an*』で中心的な役割を果たした「ハーフ」モデルの表象や初の「外国人」雑誌専属モデルとなったフランス人女性モデルの表象を通じて、同誌が見せた「前衛的」な姿勢と「人種化」の関わりを明らかにした。同じ時代を扱う第4章「Japan's developing fashion industry in the 1970s」は主として前章で扱われた初頭以降の1970年代全体を俯瞰し、ここでは主に「外国人」の身体へ向けられる「憧れ」と主に「日本人」の身体へ向けられる「親近感」との間のスペクトラム上を複雑に揺れ動く身体の表象が1960年代から少しずつ変化を見せる様子を記事やファッション広告の分析を通じて示した。「外国人」と「日本人」の二分化が進む中で、「ハーフ」モデルの存在は1960年代に比べると不可視化され始める。他方、山口小夜子のような日本人モデルが、日本の「伝統」的美学に根ざした「憧れ」の対象として「日本的」な身体を再構築する存在であることが、欧米メディアのオリエンタリズム的なまなざしを内在化するかたちで語られたのもこの時代である。「The age of opulence: the 1980s」と題された第5章で扱われる1980年代は、経済的繁栄と顕示的消費に彩られた「国際化」の時代を背景として、文化的ナショナリズムが跋扈する。女性誌では女子大生の読者モデルなど「親近感」のある「日本的」な身体が中心的な地位を占め、「ハーフ」や「外国人」は一部後景化する。他方、「日本人」であることの意味は、美容に関する記事では時に擬似科学的な言説を用いながら、また読者の投稿欄では留学など海外体験を経た若い女性の体験の語りを通じて再構築された。第6章は前4章で展開された分析を議論としてまとめる。

戦後日本社会における人種意識の構築に関わる研究として本論が示したことは「外国人」や「ハーフ」（ミックス）の身体は、女性の日常的な消費に深く関わる女性誌というメディアにおいて、時に「憧れ」の対象として表象されたが、そこには常に感情的な距離感が存在したことであった。「他者化」された身体と常に（暗黙のうちに）対比されたのは「日本人」的な身体であり、多くの場合、それは「親近感」を持つ存在として規範化されたことを示す。だが、その過程は決して単純なものではなく、「外国人」「ハーフ」「日本人」として構築された身体の表象は常に複雑に「憧れ」と「親近感」の間のゲージを複雑に揺れ動いていた。本論の結論はこれまで1980年代の広告を分析した小坂井（1996）らによって論じられてきたことの延長上にはあるものの、より長いタイムスパンを設定し、また女性を対象とするメディアから広範囲に資料を収集したことで、化粧品やファッションなどの日常的な消費に関わる言説にも複雑に人種・民族意識を構築する実践が入り込んでいたことを実証する。

<参考文献>

小坂井敏晶（1996）『異文化受容のパラドックス』朝日新聞社。

R. マイルズ（1994）「レイシズム—変動期における概念をめぐる論争の発展」D.

トレンハルト著、宮島喬（他）訳『新しい移民大陸ヨーロッパ—比較のなかの西欧諸国・外国人労働者と移民政策』明石書店