

1. 研究の目的

1970年代に「かわいい」という言葉は、単なる価値評価であることを越えて、一つの流行となった。1970年代雑誌『りぼん』のふろくや「原宿系」ファッションがその代表であった。その後も、「かわいい」という言葉は広く用いられ、1980年代のロリータファッションなどに受け継がれていった。近年、この言葉は様々な領域で再流行している。「かわいい」が流行している中で、「かわいい」という概念は多様化も経験している。アニメ、マンガなどのキャラクターの「かわいい」、人間の容姿や性格の「かわいい」、雑誌やテレビ番組などマスメディアで紹介されている「かわいい」など、同じ「かわいい」という語が様々な領域で様々な意味合いで用いられている。そして、日本発の「かわいい」文化は世界各国にも受容されている。こういった現象を背景に、「かわいい」についての研究もいくつか見られている。四方田犬彦の『「かわいい」論』、古賀令子の『「かわいい」の帝国』などが挙げられる。しかし、これらの研究は「かわいい」の一部分しか反映していない。今、様々な領域において様々な形で現れている「かわいい」はなぜ「かわいい」と呼ばれるのか、人々はなぜそれらのものを「かわいい」と感じるのかについて、未解明なままである。日本独自の「かわいい」はどうしてグローバルな「かわいい」でもありえたのだろうか。また、なぜ「かわいい」が価値として選ばれたのか。消費社会的なものは、「かわいい」以外にもたくさんあるはずだが、なぜ「かわいい」が優位を占めるのか。本論文はエステーティッシュという概念を導入することで、これらの課題に応えることを試みる。

2. 論文の構成

本論文は次のような構成である。

序章 「かわいい」の問題系

第1節 「かわいい」という現象

第2節 「かわいい」とは何か

第3節 「かわいい」に関する仮説

第1章 「かわいい」の歴史的背景

第1節 女学校の誕生

第2節 女学生の表象の変遷

第3節 少女趣味の具体的内容

第2章 「かわいい」の誕生

第1節 戦後少女漫画の変遷

第2節 「かわいい」ファッションの類型

第3章 「かわいい」の変容

第1節 ロリータ・ファッションとその意味

第2節 ファッション誌における「かわいい」

第4章 「かわいい」の現在

第1節 今なお残る「かわいい」

第2節 「かわいい」の崩壊

第5章 「かわいい」の輸出

第1節 国境を越える「かわいい」

第2節 中国における「かわいい」の変容

第3節 消費社会と「かわいい」

終章 「かわいい」はエステーティッシュな概念である

3. 論文の概要

第1章では、「かわいい」と戦前の「少女趣味」の共通点、そして、「少女趣味」の重要性を分析し、「かわいい」の歴史的背景を明らかにする。第1節では、少女がどのような社会的位置に置かれていたのか、女学校はどのような目的で設立

されたかについて考察する。第2節では、「少女」が誕生するまでの歴史的背景を明らかにする。第3節では、「かわいい」の原型である「少女趣味」の具体的内容を分析し、「かわいい」がどのような状況の中で生まれてきたのかを明らかにし、「かわいい」の内容を規定してきた要因について分析する。

第2章では、消費社会の中で定着していく「かわいい」について分析する。まず第1節では、70年代に出現した新しい形の「少女趣味」である「少女漫画」について考える。「少女漫画」の変遷を通して「かわいい」が誕生するまでの経緯を論じる。次に第2節では、ファッション領域で姿を現す「かわいい」を分析し、「かわいい」ファッションのそれぞれの特徴と意義を明らかにする。

第3章は、「かわいい」が、消費社会の影響によって、一つのアイテムとして商品化され、記号化されていることを論じる。第1節では、「かわいい」ファッションの中から、ロリータ・ファッションを取り上げて、「かわいい」はどのように変容したかについて考える。第2節では、いくつかの雑誌を取り上げて、それぞれが提案したファッションスタイルやライフスタイルを比較しながら、ファッション誌の中に見られる「かわいい」の変容を明らかにする。

第4章は、「かわいい」の現在を分析する。第1節では、「かわいい」が多様化していく中で、本来の少女趣味のあり方を取り戻そうとする動きを分析し、第2節では、これまで分析してきた「かわいい」の変遷の中から、現在の「かわいい」のあり方を明らかにする。

第5章は、海外に輸出されている「かわいい」について考える。第1節では、海外において受容されている「かわいい」がどのようなものであるのか、そして、それが受け入れられているのはなぜなのかについて分析する。第2節では、これとは対照的な中国における「かわいい」の受容についてみていく。第3節では、異なった「か

わいい」の受容のあり方を比較しながら、「かわいい」と消費社会の関係について考察する。

4. 仮説の検証と展望

本論文では、「かわいい」が誕生する必然性、「かわいい」の社会的背景、「かわいい」の性質、具体的内容、そして「かわいい」と消費社会の関係を分析してきた。また、日本のような歴史的背景がなくても、「かわいい」は受容されることがわかった。「かわいい」が異なった場所、異なった内容で受容されるのは、それが受容する側の主観的感情に依拠しているからである。消費社会において多様化された「かわいい」を一言で定義することはできない。社会の在り方、見る者が置かれた位置といった諸条件によって、「かわいい」と見なされるものも異なってくる。そういった意味で、「かわいい」は主観的な感情が含まれている。しかし、「かわいい」の範囲が拡張していくといっても、すべてのものが「かわいい」と呼ばれるようになるわけではない。「かわいい」はある一定の内容と性質を備えている。それは、ある社会的状況の中に巻き込まれながらも、それに満足することができず、そこからこぼれ落ちるものに愛着を感じ、自らの拠り所とするという点である。社会的状況の具体的内容は異なっても、このような形式は共有されうる。このような点において「かわいい」はまさにエステーティシユな概念なのである。

「かわいい」はこれからも、世界中の人々に注目され、広まっていくのではないかと考えられる。消費社会によって支えられつつも、それに抵抗する「かわいい」はこれからはどのような仕方で見象することになるだろうか。今後も「かわいい」がどのように変容していくのか、注目していきたい。

主任指導教員 森 秀樹

指導教員 森 秀樹