

## 女子大生達のインスタグラム仕様で構築されるファッションの文化的意味とアイデンティティ

吉田 光宏

### 序

ファッションという言葉には、形創るという意味がある。女性達は、多様なものを吸収して、自分の「個性」や「感性」をそれぞれに育み、自己の表現として様々なスタイルや雰囲気を持った服装を楽しむ。服を着て「これが自分である」という感覚は、明らかにアイデンティティ生成でもある。この論考では、そのアイデンティティ生成の在り方の一端を、実際のファッションを身にもとう女子大生達の声から浮き彫りにしていく。彼女達は、自分の服に対する多種多様なこだわりがあり、身にまとう無数のコーディネートを通して、自分の生き方そのものを表現してみたり、過去の生き生きとした記憶を照射して見せたり、あるいは、自分自身の活力源として楽しむ。彼女達によるファッションの文化的意

味はそれぞれ多様に構築されており、それらの様々な文化構築の背景に、どのようなメカニズムや文化装置が働いているかを検証する。この論考では、現代の女子大生達がインスタグラムを使うことで多様にファッション感覚を養う根底には、現実世界とはオルターナティブな時空を構築する彼女達の生のエネルギーが多様に流れていることを論じていく。

### 1 女性達の自己表現としてのファッション

後期近代において若者達が身にもとうファッションで、自分がどのような存在であるかというアイデンティティを示し、仲間達との間の関係性を保つようになった(ファールングとカートメル 2009)。アメリカを中心とするグローバルに広がるネオリベラリズムの「合理化」作用で、安価なものが第三世界で生産されることでコストを抑えられ衣服の価格に

も反映された。これにより若者達は店で低価格の予算で多種多様な服をコーディネートし「自分である」という感覚を楽しむことができるようになった。若者達は、自分の好みの服や化粧品や髪型等々を多様にアレンジし個々の美的感覚を示すものとして、自己のアイデンティティを表現している（パウマン 2008 [2005]）。そのために様々な感覚と感性を自らの中に蓄積している。そして一度身につけた感覚は、「消費するアイデンティティ」として「いつでも」新しくしていくことが求められている（前掲）。

この「新しさ」を仲間意識と共に求めるようになった傾向は近年加速化している。ファッションとは「自分との戯れ」であるとし、その中で社会的な立ち位置と同時に、この「新しい自分」を見出す作用がある（鷺田 2012）。それにより自分が刷新された感覚になり心的活性化を得るようになった（Irid）。現代の女子大生達が「新しい自分」であろうとするとき参考にするものは、紙媒体の雑誌ではなく、スマートフォンに入れたインスタグラムである。この電子媒体が無かった八〇年代の女性ファッション雑誌に登場するモデル達は、ファッションデザイナーや雑誌編集者たちの何らかの女性達への「ポリシー」、「ステートメント」、あるいは「物語」を提示しつつ多種多様なコーディネートを身に纏っていた。既に分析されているように、例えば、異性の眼差しを意識し

た「赤文字雑誌」で「かわいい系」の『CanCam』や『JJ』は、将来的には結婚し家族を育むライフスタイルを肯定しているもので、当時女子大学生から圧倒的な支持をされた（小倉 2007）。そこで、多くのデザイナー達のファッションの数のブランドが一世を風靡した時代でもあった。

しかし、女性達の消費感覚は多様化し、かつ、自分自身それぞれ感性を身につけるようになった。それに伴い、雑誌が提示してきた「物語」は、一つの「小さな物語」として相対化された。デザイナーの存在はかつてより影響力が希薄になり、象徴的な表現として「デザイナーの死」とすら言われる時代となった（米澤 2008 : 83）。当時は専属モデルや読者モデルが圧倒的な影響力を持って支持されていた。確かに、今でもモデル達の存在は大きく、自らも雑誌だけでなくブログや SNS など世の女子大生にメッセージを送り支持されている側面もある。しかし、現在女性達が参考になっているのは、SNS で多様な形で自分を表現して魅せていく一般の女性達である。彼女達の存在はフィンケルシュタイン (1998) の言う「高い記号的価値」となり、「自分らしさ」を求めていく象徴となり、彼女達を参照しつつ自己のファッション・スタイルを創造することができるようになっていく。ダイアナ・フスは、精神分析的視点からファッションを解釈し、女性が女性を見て、そのスタイルやイメージを自分の中に取り

入れる文化実践を、「同性への共感」とし、乳幼児の自我の芽生えの時にタブーとして抑圧された同性愛感情の無意識の現れであるとしている (2001: 162)。多様な雰囲気や魅了する女性達のファッション・スタイルや雰囲気や自己の「内側」に取り入れ、自分自身の感覚にすると、また他の同性達への影響にもなり類似したイメージが周りの女性達にも影響を与える形で「感染」していく。自分以外の女性のファッション・スタイルを自分の服のセンスとして吸収していき、更にそれがまた他の女性達のコーディネートの中に取り入れられていく作用を「吸血鬼的」と比喩的に表現し、その自己同一化を「ヴァンパイアの構造」と言う言葉で置き換えた (ibid: 160)。同性同士の仲間意識の生成であることを踏まえて「レスビアンの欲望」も内包したものがファッションであるとしている (ibid: 164)。これらの先行するファッションに関する研究や解釈は、インスタグラムと言う新しい媒体が手元に入ることに、女子大生達の間でどのように展開されているのだろうか。自分達の装いを巡り女性達の話や手元で見るスマートフォンインスタグラムの画像から、彼女達は、どのようなセルフイメージを創造しているのだろうか。どのようなスタイルの女性達が「モデル」あるいは「参考」となって、彼女達の服装のあり方として多様な「自分らしさ」を見せていくのだろうか。そして、どのファッション

がどのような言葉で彼女達は自分達の「活性化」について語っていくのだろうか。

このような問いを紐解いていく目的で、女子大生達の声や世界観を検証する手法は、アメリカの解釈人類学者として著名なクリフォード・ギアーツが提唱し今日まで支持される文化分析である (1987 [1973])。彼女達がファッションについて語る言葉と同時に、自分たち自身の日常生活をスマートフォンで撮り、その数多の画像を大切な仲間達と共有するためにインスタグラムに上げていき、またそれらについての多様な「物語 (narratives)」等々を、彼女達の「自尊を注釈する文化的テキスト」と捉える (ibid: 45, 46; 邦訳下巻 444)。この「テキスト (texts)」とは複数形で多様な社会的、文化的、美的意味の「集積」であり、それらの多重層的解釈と意味を解きほぐしていくことで、彼女達のアイデンティティのメカニズムを探る (ibid: 48, 49; 邦訳下巻 439, 445)。この論考では、首都圏の女子大生達、特に、三年生から四年生が、ファッションを通じてどのような「自分である」と言う感覚を生成しているのかに焦点を当てていく。彼女達が服を選び着ていく時に参照するSNSとの関係から構築されるファッション・スタイルは、生き方の根源的活力になっただけでなく、現実世界へのポリテイカルな文化的意味も内包していることを論じていく。

## 2 女子大生達のファッションを巡る声から浮かび上がる現在に想起される過去

変化の激しい中、価値観が多様化し家族を育むかどうかも選択肢として相対化されている。働き方自体も、現在「活躍する女性」が求められている一方で、「専業主婦志向」にも価値が置かれ、それぞれの女性達がそれぞれのライフスタイル、働き方を選ぶ時代となってきた。大学生で三年生から四年生の年齢になるとこのような社会の現実を少しずつ考へ始め、どういう自分のあり方を選択していくのかどうか意識するようになる。彼女達は、友達とのネットワークを中心に、このような現実を射程に入れつつ自己の美的アイデンティティの一端としてファッションを楽しんでいる。<sup>1)</sup>

女子大生達にとり、雑誌は美容院に行った時に鏡の前に置かれた時のみに見るか、あるいは「見ないで見ると見るものがある」程度のもので、その代わり、頻繁に参考にするものがインスタグラムだ。一人の女子大生が参考にする女性のアカウント数は二、三人から数百人と幅が広い。自分が良いと思う女性のアカウントを支持する時「フォロー」して、その女性が、毎回異なるファッションを身につけ、写真に載せると、更新され、そのコーディネートされた姿を見ることができると、自分でそれを見て共感し「良いな」と思った

ら、その都度ハートマークをタップすることにより「いいね!」のメッセージが相手に伝わり、その数が、その女性のアカウントに載り、どの程度、その女性の新しいスタイルが支持されたかが数値化される。また、女子大生の友人同士で誰が、どの女性をフォローし、どのスタイルに「いいね」のメッセージを出したかも可視化されていく。インタビュール女性達は、こうした支持している女性をインスタグラマーと呼ぶだけでなく、自分にも影響があるため「インフルエンサー」とも呼ぶ。彼女達の自分自身の多様なファッション・ライフ・スタイルを撮った画像には動画も挙げられている。フォロー数は、それぞれだが、一般の女性でも三〇〇から一〇〇〇を超え、著名人や関係企業と連携している女性達は一〇万人、あるいは一五〇万人を超える。こうしたインフルエンサーの存在やイメージは、女子学生達が「成りきる」と言うのではなく、自分独自の経験やスタイルや趣味と響きあう「好み」の存在である。彼女達から伝わる審美的傾向やその人自身に身体化された趣味趣向である「ハビトゥス」(ブルデュー 1990 [1984])と自分達のそれと親和性の高いものをフォローし、ファッションのスタイルを生み出している。

雑誌に登場して有名になっていったモデルとは異なり、このインフルエンサー達は、皆、自分のアカウントで、少しずつ、「フォロワー(支持される人達)」を増やしていき、ま

た、例えばアパレルの会社や水着を扱う会社、化粧品会社からも支持を取り付けながら、彼女たちの画像の服に指でタップすると、そのブランドと契約していれば、その商品を購入できる店のウェブサイトに「飛べる」ようにしてあることが多い。そして、逐次、新しい服を着て化粧もした自分の写真などを次から次へと載せアカウントを更新していく。また女性同士二人以上で集まった時の写真なども掲載する。更新されるとフォローしている人にそのことが分かるようになっており、それを見て自分からも「いいね」のサインを送ることができると、簡単なコメントも書き込める。また、フォローしている人同士が知り合いであれば、いつ誰がどの写真に共感を持ち「いいね」をしたかも分かるようになっていく。どの画像からも、女性達の生き生きとした雰囲気、その背景と重なり伝わる。「ありのままの姿」であったり、「まぶしげな姿」、「かっこいい感覚」、時にハリウッドの著名人さんからの華やかな姿、実際の写真を加工して「盛れている姿」等々が永遠とスワイプをする度に異なる感覚が、あたかもそこにいるかのような錯覚と共に伝わってくる。そうしたアイコンとしてフォローするようになるのは、当事者である女性達自身が経験してきた自らの感覚である。

女子大生達がファッションで参考にするために「フォロワー」する自分の服の画像インスタグラムに上げていく女性

達は脱領域的である。海外の著名人から、国内のごく一部の女性達の支持されている女性達、あるいは、アパレルの店で働いている一人の女性であるときもある。彼女達がアイコンとして支持するインスタグラマーである。また、当然普段大卒などで親しくしている友達のアカウントも多くフォローしあっている。自分たちも自分の写真を撮り画像を載せていくこともし、それで、友人が見て「いいね」と支持することも頻繁にする。それも何人から支持されたかも数字で表される。こうして自分達自身もまたインフルエンサーとしてのポテンシャルを持つ存在になっていく。

高校のときオーストラリアに一年間留学した経験を持つ伊藤藤理沙子（仮名 21）さんは、ファッションの参考にするために、オーストラリアのインフルエンサーを数人フォローしている。他に、彼女は三〇〇人以上をフォローし、ほぼ同じ人数の人たちのフォロワーを持っている。彼女の場合、オーストラリア留学時の経験がファッションに意識されている。インスタビューした時は、七月初旬の雨の日であった。彼女の時の服は、黒のワンピースであったが、大学には、もっぱらファストファッションでも細身のスタイルのカジュアルな服で来る。大学三年生で、この三月に久しぶりにオーストラリアに行き、その時に知り合った友やホストマザーとの再会をインスタグラムに多数の写真を載せている。インスタグ

ラムには、主として旅行に行った時や、休暇を楽しんでいる時、家族などの写真も多く上げられている。服のことを考える時、好んで参照しているのはオーストラリアのファッションモデルである。約三〇万人のフォロワーがいる。水着のメーカーと提携しているため、水着の写真が多い中、カジユアルで「大人の女性」の雰囲気の写真も載せられている。砂浜から広がる海、青い空からの光を背景に、このオーストラリアのモデルは眩しげに映し出されている。着ているものは肌の露出の高いものが多いが、醸し出される雰囲気は、自由であると同時に華やかであったり落ち着いていたり、都会的で洗練されていたり、それぞれ多様である。インスタグラムでの画像から醸し出される雰囲気がそれぞれの彼女が身に着けるようなファッション・スタイルとなっていくのだ。

伊藤さん自身、このインフルエンサーの画像から伝わる女性達の雰囲気と重なる。彼女のインスタグラムには、今年の三月久しぶりにオーストラリアに行った時の写真が多数載せられており、海の写真や、砂浜に映る太陽光線が眩しい綺麗なものがいくつも入っている。その中で、彼女の女性友達や、オーストラリアで知り合った知人、その他の国々からの友達なども掲載されている。シドニーの夜景を友人達と見に行っているとき、黒のワンピースを纏っている。服を身につけるときの、あるいは、実際に買うというときには、彼女の

オーストラリアでの生き生きとしたイメージが想起されている。その記号化した海外での経験の記憶が反映され、それらの画像をインスタグラムに掲載することにより、その思いを再確認しているのだ。服とは単に個性や自分の趣味趣向を表しているだけではない。彼女の語りやインスタグラムに載せる写真が象徴するのは、服とは、過去の輝いた記憶を想起させる媒体であり、それを通じて、その当時から自分自身の今に照射させる手段になっている。「オーストラリア」のイメージと女性達の雰囲気が彼女の意識の中に入っている。また大切な相手との記念日に身に纏っている服は黒と白とが織り交ぜられたワンピースだ。普段はカジュアルな服を身につける彼女にとって、こうした特別の時に投影されているのは、過去の時間の広がりでもあるのだ。インスタグラムは、その良い思い出を想起させるだけでなく、友達に開かれているゆえ、その生き生きとした感覚は、多くの友達からも見られ承認を得ることができるものでもある。誰が承認したかは、自分でも認識できるため、自分でもこの人ともこの感覚を共有できたのだという相乗効果となり、自身の過去の思い出を再確認することができるのである。

服に海外経験の記憶を投影させているのは、彼女だけではない。基本的に服は「かっこいいのが好き」と話す大学四年生の小林里子(仮名22)さんは、三年生の春に韓国に留学

した。彼女の場合は、言葉がまだまだままならない状態で行った韓国で現地の友達からの優しさを感じ、「楽しい思い出」になった。今、女子たちの間で韓国の若者文化や音楽文化が人気であることを言及しながら、自分の服と、自分の生活世界への姿勢とを以下のように説明する。韓国のアイドルグループは多くの若者達に影響力のあるインフルエンサーであると話す。その中でも、四人組アイドルのグループで著明なブ

ラックピンクの中でもよく来日している「ジェニちゃんが好き」と話す。小林さんがフォローしていると紹介してくれたインフルエンサーはこのグループの一人で、四五万人のフォロワーを持つ。ブラックピンクは韓国を中心に台湾、日本、シンガポールなど幅広く支持され、その都度、その海外での仕事先の合間に撮った写真をインスタグラムに掲載している。彼女たちの仕事現場の様子が映し出され、そのスタイルそのものが、日本の女子たちにも支持されているのだ。その中の「ジェニちゃん」をフォローして服装をよく参考している。小林さんが好むファッション・スタイルは、「かっこいい女性」、「強そうな女性」、「あんま男ウケはしないのかなと思うファッションです」と表現する。ブラックピンクの二〇一九年四月発売の“Kill This Love”（作詞：TEDDY, Bekuh BOOM；作曲：EDDY, RTee, 24, Bekuh BOOM）は歌もヒップホップやラップなどを強調したアップテンポかつ

アグレッシブな曲だ。曲は恋に一度は落ちた二人が別れようとする時に持ち上がる、挫折感や苦悩が伝わるものだ。タイトルにも表されている通り、この曲はそうした苦悩から立ち上がろうとするものである。

白という色には「できるイメージがある」と彼女は言う。下が白のスラックス、上がTシャツで、白のカーディガンを着ると、「キリッとして」それでいて「かしこまった」雰囲気になると言う。彼女はそのコーディネートを自分に取り入れている。実際に、大学に行く時でも、この引き締まった姿勢で臨むため、類似した感覚の服装を意識すると話す。他のインフルエンサー同様、インスタグラムに載っている洋服はブランドや値段などタグがついて、その服が購入できるウェアサイトに移ることができる。しかし、値段が高い場合が多く、その時は似たものを買うようにしている。就職活動のときにも彼女自身のファッションセンスを活用した。大手化粧品メーカーの面接の時も、敢えて、このオールホワイトの服装を選んだ。当然目立ち、「自己プロデュース」したと述懐した。就職活動が大変だったかどうかを尋ねると、彼女の言葉では、「自分そのものを見てもらえて」「ポンポン」と話が進み、この第一志望の化粧品メーカーの内定を勝ち取った。

彼女自身もインスタグラムに自分の画像を挙げる。写真で

気になっているところがあつたら隠したり、自分でも少し「コンプレックスがある」ので加工したものにする。今の自分と、インスタグラムにある自分とは違う感覚を持つ。「理想がそこにある」と考えている。フォローしているインスタグラムの女性達のイメージを自分に取り入れることで、現実社会で生き抜こうと思う自分らしい「プロデュース」で、あまり気張らず、それでいて「キリッと」締まった感覚を持つようとしている。彼女もインスタグラマーのトランズナショナルな資質を吸収して、ファッションを自己のイメージを構成するものとして効果的に使っているのだ。この自分という感覚には領土を超えたものであると同時に、世俗の現実をしつかり彼女なりに受け止めて戦略的にSNSを使いアイデンティティ構築をしている。

このように、彼女自身の「自己プロデュース」という社会に出てから自律して総合職として活躍する価値観とKPOでもアップテンポで「アグレッシブなところが好き」という感覚とが響き合う。つまり、恋愛の歌でも、揺れや辛さを歌うバラード系のもではなく、恋愛感情に絡む「しんどさ」や辛さや苦悩は敢えて捨象し、生き抜こうとする生に対する「強さ」を「なんとなく楽しみ」ながら身につけたいと考えている。挫折しても自分の力で解決していこうとする倫理的性向とも親和性がある。その自律心を大切にすることが

服装に意識されている。親しい友達にフォロワーとして開かれていた大切な感覚だ。

西田香織(仮名22)さんも同様に過去の南カリフォルニアでの留学経験が自らが纏う服の審美的性向を構成している。彼女は、これまでの二人と異なるのはファッションそのものが好きで、アルバイトで、全国に店舗を構えるパレルの店の販売の店員をしている。現在大学四年生の彼女は、アメリカのカリフォルニアの他、台湾やカンボジアにも行っている。中でも椰子の木が都会にも並ぶ気候の良いサンディエゴでの記憶は今の彼女に大きく影響を与えている。アパレルでのアルバイトを始めたきっかけともなり、カリフォルニアから生まれたホリスターというブランドの服を扱う店で経験を積み始めた。普段大学に行くときの服について意識することを聞くと、以下のような意外な発言をする。「もうすっぴんでもいいし、なんかどんだけポロポロでもいいやという感じだけど、遊びに行くとなるとちゃんと綺麗にしたい。そこがすごく分かれていますね」。彼女の場合は、大学では勉強しやすい感覚を重視し、ファッションのことや化粧のことは気にしていない。この「遊びに行く」というときは、多岐にわたる。例えば、特に若者が大挙して集まる音楽の野外コンサート、海外も含めた旅行、都心で女性同士が集まって「ご飯みんな食べにいく」時などだ。ファッションを意識し

「気を遣って」組み合わせさせて、その時の写真をインスタグラムの画像にあげている。ただ彼女が働いている店のものを多く着ている。服で参考になっているインスタグラマーの一人は、同じ店で働いている女性で、日本人とアメリカ人のハーフで、一万人を超えるフォロワーを持つインフルエンサーだ。カジュアルでありながら、エレガントと、矛盾しているような感覚をミックスさせて、自分の服をコーディネートしている。西田さんは、こうした雰囲気のあるコーディネートをする一方、また「遊び」の感覚も大事にしている。横須賀で、八月三日土曜日の開国祭のイベントに出かけた時の写真をインスタグラムに挙げて、アメリカの車が展示されているところに、一台のいかにもアメリカの六〇年代の雰囲気のある大きな車を見て、ドアノブに手をかけ、肩を出した黒のワンピースに小さめの黄色のバッグで「この車欲しい」とコメントしている。女子学生として大学では見えないような雰囲気を醸し出している。

サンディエゴでの留学の時には、彼女は「よくパーティーに連れられた」と言う。アメリカ人の女性からブルーのアイシャドーなど派手な化粧をさせられたこともあり、「日本人の私には似合ってなかった」と言いながらもアメリカの誰が何人くるか分からないパーティー文化を楽しんだ。アメリカのパーティーは日本と違い誰が来るか分からないものが圧倒

的に多く、様々な人たちが団体が大学のキャンパス内に案内のチラシを掲載し、毎週週末には多くの場所でパーティーを開く。彼女自身積極的にこのアメリカ文化を吸収し、日本にもっと類似したイベントが開催されていけば良いと述べ懐する。今年の秋にはEDMというエレクトロカル・ダンス・ミュージックのフェスティバルがお台場で開催されるので、それを楽しみにしている。シンセサイザーとDJとを組み合わせ、クラブでも人気のグループたちが一堂に集まる大きなイベントだ。この時に着る服は、当然、通常のものよりも露出のあるものを着る女性達も多い。彼女は、「ワッシャー」加工というシワ模様が施してあるロングドレスを買うつもりだ。しかし、それはその時だけで、その日着たらすぐメルカリで売る予定だと話す。こういうライブには、また後でも、同じような友達同士のメンバーで行くので同じ服を着ていると思われることに抵抗があるのだ。そういう文化を「ワンショット・ファッション」と呼び、そういう女性達は多いと話す。その時の思い出は写真に残して、着たらそれで機能を十分果たしてくれたと認識する。そのための服を購入し、仲間と共に我を忘れることができるこのイベントを楽しみにしている。こういうイベントやライブコンサートはアメリカでは必ず、規模こそ違うものの週末には複数あるため、日本にはあまりないだけに、カリフォルニアでの経験を懐かしむ。

そして、今は、時々開催されるイベントで楽しむことに積極的になり気分を高める。

約九〇〇人のフォロワーを持つ彼女のインスタグラムには、こうした過去を現在に想起させる時空間が「非日常」での友達と共に楽しむ時にかなり限定されているのが特徴的である。それは、アメリカでのウィークエンドでのパーティーのカオスの享楽がイベントでのファッションに再構成されているとも言える。あくまでも一時的なものであると受け止めた上で、皆で、時空間を共にして楽しむという舞台で「ワンショット・ファッション」を楽しむ。また、例えばウィークエンドでは、セミフォーマルな黒のワンピースを着ることで、過去のカリフォルニアでのパーティーでの記憶を投影させているのだ。

これまで三人の女性達のファッション・ライフスタイルをインスタグラムの使い方を中心に記述してきた。ここから、見えてくるものは、絶えず、過去の海外での快活で明るいイメージが、今のファッション・スタイルに投影されているというものである。日本では決して感じることでできない空気を体感し、それが大きな新鮮な刺激となり、自己生成に繋がっている。オーストラリアで留学をした女性は、そこで感じた女性達のライフスタイルと同時に、太陽と海の大自然の中で学ぶという新鮮さに活力を見出していた。ゆえに水着を

プロデュースする会社と提携するオーストラリアのインフルエンサーをフォロワーするのは、単に、服の参考にしたというだけではない。自然の光と海の風景をバックにして映る女性達から伝わる広がりや眩しさのある自由を吸収しようとする感覚がある。露出度のあるものにも興味があるが、それは大学という場というよりは、そうしたファッションが適切な場所を選び楽しむ。その都度インスタグラムに載せられる画像も海外旅行のときであったり、大切なパートナーとの記念日や、休日に海に出かけたりするときである。自律を貫こうとして、その感覚をファッションにも取り入れた韓国のアイドルを支持する女性には、韓国での留学経験が影響していた。彼女は幼少の頃から両親から絵を描いたり展覧会に行ったりする中で美的センスを教えられた。根底に出来上がった美的感覚と洋服のあり方がミックスし、メディアに登場した韓国の中でも人気を博す「かっこいい」女性達に自分を重ねるようになった。こうした美的感覚を育む経験が自分の中に積み重なり、自分独自を貫くファッションセンスが出来上がったと自認している。カリフォルニアに留学し、学びだけでなく、現地でのパーティーでの体験から、日本とは全く異なる新鮮な空気を吸収した女性は、自身のファッションを日常の大学生活というよりは、非日常のパーティーや海外旅行や休暇での友達と過ごす時間の中に、自分が大切にするファッ

ション感覚を構築していつている。それぞれの三人は全く違う感覚でファッションを捉えているが、過去の生き生きとした海外での経験と記憶と多様な生に関する豊かな意味を生成する記号となり自分に投射させている（フィンケルシュタイン 1998）。いずれも海外での経験から多様なインフルエンスである女性達のファッションの感覚が自己の中に生成され、その感覚を吸収させていくと言う「ヴァンパイア的」同一化が謀られている（フス 2001）。そうした充実した瞬間の経験の記憶がインスタグラムに載せられ、また、類似した経験も写真に撮っておき、それを載せていく。こうして「過去を現在」に蘇らせ、そこにインスタグラムという機能で、脱領域的にフォローされている友人たちから、その画像から伝わる感覚に共感が寄せられる。また、自分たち自身も他の友人でフォローしている女性達の画像に共感をして、「いいね」のコメントを「ハートマーク」をタップすることで送ったり、コメントを寄せたりもしている。こうして自己肯定的な安堵感と高揚感とを共有していきながら、自分であるという感覚を構築しているのだ。

### 3 女子大学生の「生」の根源として語るファッション

ファッションに倫理的性向や審美的性向があり、過去の生

き生きとした経験が現在に想起され、そこから立ち上がる感覚を再確認することで、自己肯定感も生まれてくることを見できた。この「生」の有り様そのものに服は女性達に高揚感をもたらす機能がある。彼女達のこの高揚感に焦点を当てていくことで、ファッションは、自己の価値観と絡み合わせながら、心的にエネルギーとして作用していく面があることを見ていく。自己肯定感と向上心も伴い、常に、自分たちの「気分」を心地よくする感覚を育んできていることを以下で検証していく。

大学四年生の鈴井絵里（仮名 22）さんは、自分のスタイルは周りの人がどう思うかというよりも、自分の中で納得できるかどうかを重視する。彼女自身「今日は自分らしい」という感覚を大切にしている。インタビュの時は、薄紫の半袖のシャツにパンツが黒のデニムで色自体がほかしたように見える「ストーンウォッシュ」のもので、靴は、白と黒のコンバースのスニーカーのカジュアルなスタイルであった。彼女は、「友達を意識してこれを買おうとは思わない」と話す。およそ二〇〇人のフォロワーを持つ彼女はファッションでは数人のインフルエンサーを参考にしている。日本からニューヨークに移住しているファッション関係で活躍している女性や日本で同じ業界の女性達のインスタグラムをフォローしている。彼女は、カジュアルで落ち着いた感じを重視し、それ

でいて、どこかにアクセントを置くようにしている。この時のアクセントは、赤い口紅と大きなイヤリングで、カジユアルな中でも自分らしく華やいだ雰囲気を意識する。彼女の言葉では、例えば、新しい色の口紅をつけた時は「新鮮な感じになる」と言う。続けて、「恋愛でも就活でも、行き詰まりそうになった時」に「気分転換をしたい」ので、新しい服を買うこともする。それで「自分の気持ちの気分を上げる」ことができるだけではなく、その新しい服での自分を感じ取り「新しい自分になる感じがします」とファッションそのものが、彼女に心的な効果があることを指摘する。それにより「ポジティブになり自信がわき」、例えば学校の課題などでも「気合」を入れやすい姿勢を保つものが彼女にとってのファッションだ。また彼女はこの自己に積極的になれる感覚を「盛れている」という言葉で表現する。周囲から見るといふより、「自分で自分らしい」と思った時にそう感じる。自分に何となく「自信が沸き起こっている」のだが、特に大学や近くに住んでいる人でも知っている人と共にいる時に感じる。こうした感覚は、インスタグラムでの「いいね」で承認されるより、友達から実際に褒められた時の方が嬉しさがより生まれる。都心では、知らない人に会うため、その時は、また違った「知らない自分」「新しい自分」になる。盛れている感覚は、大学にいる時だけでなく、自分の家の中にいる時で

も意識している。彼女にとり、ファッションには自分らしさや個性を出すと言うものではなく、自己生成を活性化させるものとして機能するものであることを無意識で感じているのだ。

ファッションで自分であると言う感覚を持つ時に個性だけでなく、こうした生の動的エネルギーを感じているのは彼女だけではない。普段はH&MやZARAなどのファストファッションでカジユアルな感覚で大学に来る伊藤さんは、インタビュ어의時は梅雨の季節で雨が降っていた。彼女のその時の服は、黒のノースリーブのワンピースで、小さな白いドットの入ったもので、背中がクロスしたデザインで、少し肌を出しつつ、洗練された感覚が伝わる。そのことについて次のように言う。「自分的にテンションを上げたいから、いつもより「キレイめ」（華やかで清潔感や品がある）のワンピースにしました」と話す。例えば、新しいワンピースで「気分が上がる」ことができると言う感覚は「私目線ですが、女の子はみんなそういう気持ちはあると思います。普段のカジュアルだけだと、同じなので」。「天気も悪いこういう季節だと、自分にモチベーションがあげられない。ただそのままただらだらしてしまうので、少しでも、いつもとは違う服を着て、気分をあげています」。彼女にとり服は自分の心的状態を整え、自己意識を高める機能があるのだ。

鈴井さん同様、伊藤さんも服と化粧で「気分を上げる」ことが可能な場所は、大学だけでなく、家の中でも実践可能だ。「今日は課題をやる」と言う状況の時、ふだんとは違う服を身につけ、「化粧も身なりも整えると、よしやるぞ」という感情に変換される。この「上がっている」感覚の時、何時もではないが、例えば、買ったばかりのいつもと違うハイウエストのジーンズで、「足が長く見えているかも」と心地よさを感じると「盛れてるな」と思う。「気分がファッションで上がっている」と似た感覚だが、それより、少し普段よりもより「決まっただけ」何かいつもと違った心地良さが加わった感じが「盛る」という感覚になる。そうして、流行りのものというよりは、「綺麗」で「素敵」なもので、値段を見なくても欲しいと思ったら「それは買っちゃいますね」と話す。また、丸の内や銀座で働き始めている友達について、確かに「かっこいい」とは思うけれど「硬い」イメージがある。「オーストラリア」の記憶を身体化させている彼女は、自分自身がそうした友達のようなファッションになるかは想像しにくい。むしろ、インスタグラムでフォローしている双子のオーストラリアのモデルの女性の存在を意識する。露出度が高い服が沢山あるアカウントの中でも、特に白や黒、または薄茶などの服で気に入ったものがあつたら、そこをタップするとその服のブランドのウェブサイトに飛べるのでそれ

を参考にしている。ただ、海外のもので入手が難しい反面、ZARAやH&Mに行くのと似たものが必ずあるのでそれを買うようにしている。実際、服そのものにはお金は使いたくないのだが、アクセサリーや自分に似合うパーソナルカラーなどを意識して買うようにしている。それで、新しいものを買うと、「早く着たくなる」し、「気分を上げたい」という欲望が出てくる。ただ、友達とあつた時に、季節感を先取りしすぎたと感じて新しいものを着てしまった時は気持ちが「下がら」。それで「欲望に負けてしまった」と笑いながら話す。自分らしさを大切にしながら、友達の服との関係性や相性も意識していて、食事に友達と行ったりして、その雰囲気と合っていないと、「違和感」を感じ「下がった」気分にもなる。こうした服で「上がったり、下がったりする」感覚は「女の子特有」のものではないかと捉えている。

この「上がる」感覚を普段はカジュアル系だけでなく、よりこだわった雰囲気のスリート系も支持する白石孝子（仮名21）さんも感じており、「なんか気分がウキウキするんですよ」と笑顔で話す。彼女は「ふわふわした、女の子」という「量産型」のものは好きではなく、「どちらかと言うとスキニーなデニムパンツとか大人っぽさとカジュアルな感じ」を意識している。話をした時は小さい赤や青の花柄の入った茶色に近いオレンジ色のシャツにデニムを合わせていた。大

学に行って友達に「これ買ったんだ」と話したり、「それ可愛いね」と言われる時などに、その高揚感を感じる。自分の気持ち「落ちていた時」に買っておいいた靴を下ろして、自分の気分を高めたりしたことがある。どこか日常生活の中でも気分が「落ちていた時」など新しいものを買うことが多い。課題レポートがあつて提出が迫っている時、サークル活動が大変で忙しい時などでも「よしやるぞ」「頑張るぞ」と言う時、新しい服を買うと、「うん、やる気が出る、出ますね」と念を押すように説明する。学校に行く時など、「買ったばかりの服を着ていけるんだ」と思うと「気分が上がって」嬉しくなる。友達からも言われると、また気分も良くなる。そのため、友達にも「それ買ったんだ」と声をかけたりするようにしている。インスタグラムも、彼女には五〇〇人程のフォロワーがあり、二〇〇枚以上の写真が掲載され、例えば友達との旅行に行った時に撮ったものやデイズニー・リゾートで撮ったものが多数挙げられている。皆で見ることでできる一枚の画像の下には、白石さんが「みんなとならどこに行っても楽しい」とコメントを書いている。インスタグラムで認めてもらえた時もリアルで会っている時も同様な感覚が生まれていく。このように、その時だけでなく、後日振り返って見ても、友達同士で好きな服で打ち解けあつて感じる良い気分を共有できたことを再確認し合うのである。

日常の大学生活は授業科目とバイトのシフトで決まっているびっしり規則通りに同じと言う感覚とはまた別の「自分らしい」変化が欲しい。その感覚は、こうしたプライベートで過ごしている時に出てくる。白石さんのパートナーの彼は、カジュアルでストリート系のデニムの雰囲気似合っている。カジュアルでストリート系のデニムの雰囲気が似合っている。彼女も会う時は類似した感覚を意識する。「デニムでも彼はわざと生地と切れ目が入っているものやダメージのあるものを履いてくるのでそれに合わせるものと気分がよくなる」。多忙な生活を生き抜く原動力になるようなものとしてファッションが重要な機能を果たしているのだ。個人が内的に感じるものだけでなく、友達同士の間で意識しあつたり褒めあつたりすることで気分を高揚させ気分を高める作用があることは、エレガント系や清楚系や華やかさを意識している池田美佐子(仮名21)さんも同様である。彼女がファッションを参考にするフォロワーしている一人の日本人女性は三万人近くのフォロワーを持ち、華やかな雰囲気があり、カジュアルな服装にも清楚さを出している。また、長い髪の毛をアレンジして、エレガントさや品の高さも伝わる。池田さんにインタビューした日は梅雨らしい雨の日だったため、ヒールの高めの黒いブーツで、それに合わせてロングのグレーのスカートに合せて白のベルトをしていた。彼女はたまたま同じような服の

センスを持った友達と都心の大学の学園祭に行った時など、お互いに気分が上がったことを感じた。このときは、同じ雰囲気を持った友達同士の間で楽しく過ごす中、普段以上に気分が上がった。清楚系の友達同士の間でエネルギーを感じたり、気分のみならず「気合が入る」と言う言葉で、その原動力の強さを表現した。また、それも競い合うものでもあり、女性仲間同士で、「ダサイ」とは思われたくない気分である。自分が納得した「自分らしい」ファッションで意識を高く持つことができる感覚は、友達同士の間で会っていると同時に、インスタグラムの画像にも残しておくその感情を想起させ、再認識するのである。

服を自分で考えるときに会う相手の好みや雰囲気を取り入れるのは、大学四年生で自立志向を持った平野孝子（仮名22）さんも同様である。航空会社に内定を得ていて「美」に対しても高い意識を持った女性だ。彼女の場合、競い合う感覚をよりゲーム的に捉え、かつ、そこで優位になったり、劣位になったりすることを楽しむ。服には「カジュアル」な感覚というよりは、「エレガント」な雰囲気や「かっこよさ」を意識する。新しく服を買うときは既にイメージができており、悩むことなく即決する。華やかさと同時に凛とした感覚も重視する彼女によれば、女性の友達と一緒に歩いていて、彼女の友達が「ふざけながら、彼女に『あの女センスなく

ね』と私について言われたら、その友達が可愛そうじゃないですか」と言う。逆に「私も恥ずかしいじゃないですか」と感じる。友達同士で食事に出かけたりする時は特に意識して、その時は化粧もしつかりする。彼女も友達も同様に美意識に自信を持っている仲間同士で、例えば、化粧のノリなどが良くなかったり、ファッションが彼女達の審美感で違和感があると思うと、冗談で「友達から一緒にふざけて、『お前だけブスじゃん』って言われることがある」。それに対して「類は友を呼ぶという言葉も知らないの」と笑いながら逆手にとり受け流したりすることで、競争意識を持ちつつ仲間同士の関係も楽しむ。気分を高めることを自分個人だけでなく友達との仲間意識を楽しみながら実践している。ゲーム感覚の競争意識の中で美的感性を形成し合っている。女性同士の仲間間で、力関係が動的に流れているとも言える。

新しい服を買って、また新しい自分になれ、そこに「生」に対する「強さ」を見いだすのは、韓国の「かっこいい女性達のグループ」の音楽文化を吸収している小林さんも同じだ。インタビューの時はシルバーにも近い金髪のロングヘアにして、黒いゆつたりしたパンツに紫色のシャツを合わせていた。大学へは全身黒のものを着てきたり、純白のものを着て来たりするが、美意識の高い自分と強い女性を意識しており、誰かに合わせようと言う感覚は無い。友達からも

「ギヤルっぽい」と言われるが、彼女自身芯が強く、大学へは「キリッとして」「気合の入れた」服を選ぶ。彼女は、幼少の頃から親からヘアアレンジや服はどれを着ていくかを意識させられる中で美意識を持つようになったと認識している。服は店には行かず、もっぱらネットで買うことをして、サイズが合わない時は、自分に合うように詰めたり、切ったりする技術やセンスも持つ。パンツの裾が長い時、あえて切らずに、それに合うように高い底の靴と合わせて履くこともある。恋愛でうまく行かない時の苛立ち感や社会への抵抗的感覚もインスピレーションとして取り入れ、「強くて派手」を意識し、「強い女性を貫きたい」と感じている。それで組み合わせて「今日はイケているな」と思った時「盛れてるな」と思う時がある。彼女が好きなのはヒップホップにはメッセージ性があり、音楽もハードなリズムとアグレッシブな感じに「共感を覚え」、彼女自身、自律しようとする果敢な自分を重ねる。そのイメージに合うもので「新しい服を買う」と新しい自分が生まれる」と感じる。新しい服を着ると、恋愛でも日常でも「うんざりしている」と気分を変えてくれるもの」が、そんな彼女のファッション・スタイルである。彼女もまた、アグレッシブな音楽や抵抗的メッセージと服とをアレンジさせた感覚を自分の中に取り入れ、周囲を気にすることなく、それをファッションに投影させている。それでも友

達から似合っているねと言われたり、インスタグラムで「いいね!」と分かってもらえると嬉しくなる。この感覚は、実際に会っている友達から言われた時と類似した気分の良さ捉えている。そんな彼女は社会での仕事を肯定的に捉え、女性が積極的に貢献できると評判の大手化粧品メーカーでは、「自律したキャリアウーマンになりたいです」と話す。このように、服は、小林さんにとっても、力を与えてくれるものであり、他と違う自分を貫くことができる「強さ」「かっこよさ」を自分の中に生み出していく作用がある。

いずれの女性も、それぞれのスタイルを追求することで「新しい自己」を感じ、活性化された感覚を体感していた(鷺田 2019)。清楚系でエレガントな女性、ストリート系でカジュアルな女性、カジュアル系でも綺麗なスタイルを追求する女性、あるいは、アグレッシブであり、「かっこよい」イメージを自己に求める女性、それぞれ異なる感覚を持ちながら、「自分」という誰にも置き換えることなどできない「生」の存在を感じていた。そして、こうした多様な「文化」のあり方を合わせることにより、「新しい自分」「強い自分」「気合をいれる自分」「美意識が高い自分」「気分が沈んでいても、頑張っている」とする自分」をそれぞれに多様なアイデンティティを生み出している。インフルエンサー達の活発で新鮮なイメージを「ヴァンパイア」的に吸収した上で、自

らが自分の中に培ってきた審美的傾向や倫理的傾向から多様な経験から自分のセンスで、靴、パンツ、スカート、ベルト、シャツ、ジャケットをそれぞれに様々な色と生地素材を組み合わせて自分らしさを出している。そこから生に対する原動力が生み出されている。服のコーディネートによって上昇志向あるいは気分を高める思いが、自分で持っている感覚や経験と共鳴させることができるのだ。このように、服が、活力のある「自分らしさ」や「強さ」、あるいは、「気合」を自身の中に生み出すものとして機能を果たしている。その感覚は、自己目的的に自分の内部で心地良いものとして経験するのみのものではない。友達と共に、心地良さや上昇的気分を共有できるものでもあり、それらの心情をインスタグラムで認めあったり、互いに高め合うことを意識したり、新しいものを買ったことを友達からその場で指摘されることで、更に生の根源的エネルギーは相乗効果で向上していくのである。

#### 4 「女子」的感觉に孕む両義性を象徴する交錯する複数の声

自分の多様な文化的趣味趣向から服をコーディネートするところから、生に対するエネルギーが、「自分である」感覚

と共に生成されていく様相を見て来た。こうした感覚は、「女子」に対するイメージと響き合う。「女子」のセンスを最初に意識し始めるのが中学から高校の時である。特に高校時代の記憶は彼女たちの輝くイメージでもあり、そこを基準として、「年をとった」とすら考える大学生も多い。しかしその生き生きとした過去が現在に投影され、二〇歳以上になった大学生にも頻繁に使われる。この感覚も服装そのものが女性達にもたらす生の動的なエネルギーと重なるものがある。高校のときは最初の段階なので、磨き始めの頃であるが、「JK（女子高生）」という言葉が現在でも使われるように、当時の新鮮な響きと活発なイメージは、大学生同士で、JKとは使わないが、その記憶を服装や行動に表現する。例えば、大学一年や二年の時などは、高校の時の制服を着用して、デイズニー・リゾートに行くというコスプレ文化がある。彼女たちは「制服デイズニー」と呼び、友達同士で大学生であるにも関わらず、高校からの友人達と一緒に非日常の世界を楽しむ文化である。大学三年になるとそれはやりづらくなるが、その時の写真をまたインスタグラムに残している女性達もいる。

この潜在的力や澁刺としたエネルギーが流れる「女子」という言葉は、他の言葉と並べて使用される。一つが「女子力」である。普段はカジュアルで細めでタイトなスキニー

ジーンズを履いたり、敢えて破れて素肌が見えるような独特の「ダメージ」の入ったデニムなどと薄い緑のジャケットを合わせるストリート系を意識する白石さんは、大学三年生で就職活動も少しずつ考えるようになった。彼女によれば、「かわいい」という感じとは違って、清潔感や身だしなみがしっかりした女性をイメージする。バレンタインの時は自分でパートナーにチョコレートを作れるようになったり、自分一人で自活できるようになったりする感覚を「女子力」と認識する。「清楚で華やか」な女性に感じたり、細かい行動ではハンカチやティッシュ、ちよっとした怪我や靴擦れなどで使うバンドエイドなどバッグに持っている「女子力がしっかりしているな」と感じる。これは能力なので、自分で高めることができるものだと考えている。「女子力」は年を経る中で次第に向上させることにより、「大人」になるイメージを持つ。「女子」という感覚は、具体的な女性達の行動実践とも結びついている。その感覚は絶えず磨くことができるもので、仕事一つにでもセンスとして見せることができ、向上させることができるのである。女性の理想像であったり、女性の気遣いができる感覚が凝集されている。

白石さんは現在はブライダル関係の仕事に興味があり、企業説明会に行った時、説明した女性達全員から「大人女子力」を感じたと話す。彼女達の会社紹介のプレゼンテーショ

ンの終始、姿勢や身だしなみだけでなく、全体から「キラキラして綺麗」だったと感じた。「仕事の時から綺麗にしているんだろうな」と印象を受ける。さらに会社のプレゼンテーションの時も、他の会社の説明と比較しても、このブライダルの会社の女性達は全員が生き生きとして「すごい楽しそう」で、魅力を感じ「女子力あるな」と感じた。そうした社会に出ている女性達を見て、自分を省察的に考え、「自分もしっかりしなくては」と自己を高めていこうという影響を受けている。

確かに、女子力は磨けるもので、華やかさや清潔感な服で「女子力をアップする」が、カジュアルな中にも華やかさを求める青木さんは、この感覚はさほど意識していない。むしろ、「キレイめ」のワンピースを着ると、女子力というより「大人っぽさ」を感じる。普段よりも、少しフォーマルなワンピースや、パンツではなくロングスカートを履いて、パンプスを履くと気分はいつもと違って「大人になった感じ」がすると話す。「気分を上げられた時、女子を感じる」と同時に、自律している女性というイメージを追求したいと考えている。また、ハイヒールは女性の足を綺麗に見せるので憧れで、今はパンプスも昔と違ってクッション性の高いものもあるし、履きやすいものが出てくることも指摘しつつ、パンプスを履いて都心で仕事をする女性を想像すると「かつ

「こいい」という印象を持つ。彼女にとって、身だしなみや清潔感をきちんとすることで、「女子力」が磨かれたのが大人の女性であると感じ、「女度が上がる」という言葉でその力を言い換えた。

この「かっこいい女」のイメージを服に投影させることをイメージしているのは、来年四月から航空会社で働き始める平野さんも同じだ。彼女は、「セクシーまで行かないけどエロかつこいい女性が成功している」と自身で思っている。大学ではさほど意識しないが、友達や付き合っている人と会うときなど、エレガントさや華やかさを意識し、黒や濃紺や茶色などの寒色系のセットアップを着る。女子力とは、彼女にとって、内面的なものとして考えている。女の子で「お洒落だから」というのではなく「人」としての資質と捉える。「見た目が良くて、中身も良くて、将来性もきちんとしている」女性に感じる。彼女は大学時代は接客業のアルバイトをまるで月一〇〇時間したような思いもあり、「ドロドロした女社会は分かっているつもりだから、怒鳴られて罵倒されて辞めちゃうんじゃないかと、怒られたら『何このー』って食らいついていくタイプ」と自負する。「パワハラやセクハラも受けたりしたことがあるけれど、あんな気にしないか、むしろ『（ハラスメント）やるつもりなのかよー』みたいなスタンスでいく」反骨精神も持つ。ある時、ハラスメントを受けた

際、信頼を持つ正社員の人に報告したことがある。その後、その上司は「飛ばされる」ことになったと話す。また、平野さんは同棲の経験があり、その時は、家事全般を全て引き受けていた。その家事を女性が引き受けることは、彼女にとっては、「私は愛されることより愛してたいんですよね」と話す。一つ一つの家事をするというよりは、彼のための愛情表現と捉え、その時に感謝されれば満足だと話す。他方で、結婚した場合は、ある程度分担をしていくことを求めるつもりである。こうした現実社会で生き抜こうとする強さを持つ彼女は、早く社会人になりたいと思っており、「ヒールを履いて黒のスーツで働くかっこいい女になりたいですね」と、さらりと自然体で言った。このように「女子力」という言葉に、自己の強さや内面性の高さを見出し、時にあつてはならないことが襲う社会の醜さを跳ね除け、現実社会を生き抜こうとするエネルギーを読み取っている。

他方で、「女子力」そのものの概念と、化粧とファッションをしっかりと自分の気持ち上げていく感覚とは違うという女性も複数いる。ファストファッションでニューヨークのような洗練されたカジュアルな感覚を支持する青木さんは「新しいものを買った時」に感じる自分の新鮮さや気分が高められることは、あくまで自分に「自信が持てた時」であると認識する。「女子」という言葉に男子の「欲望の眼差し」

を感じ、男性に媚びるために自分のファッションを考えている訳ではないとし、自分の気持ちを上げるという感覚は、あくまでも自分のためであって、男子の気を惹くかどうかということは意識しない。ファッションのセンスや感覚を磨けることは、あくまで自分の自律志向が働いていることであると、例えば、インスタグラムで意識するのは、むしろ同性の眼差しであることを感じる。「それかわいいね」という感情を分かることができるのは、女性であって、「男性では、ファッションの細かいことまで分かっている」ので、女性友達から共感してくれた時の方が嬉しいと話す<sup>3)</sup>。また、韓国のヒップホップの音楽文化をファッションに取り入れ、黒や白のたっぷりとした服で「自己プロデュース」する小林さんは、もっぱら「かっこいい」自律した女性を目指している。彼女は「女子力」があるとは思わず、むしろ「女子」という言葉には「幼さ」があると指摘する。彼女が「女子だ」と感じさせられるのは、付き合っている男性と食事をした時の、料金の払い方で、気を遣って全額持たれてしまうと、逆に、自分は「下に見られている」という感覚が生まれる。「旧来の女性の男性から一つ下がった立ち位置がそこにあるような感じがして」、食事も自分で食べた分を払う「割り勘」の方が良いと考えている。

このように、「女子」という概念や「女子力」という言葉

には、両義的な意味が反映されている。「女度」として「大人の女性」が職場で働き、立ち居振る舞いも「かっこよく」している女性像の根底に流れているという捉え方があった。あくまで高校生の時から芽生え輝いていた「あの頃」を今に投影させて、今の活力源となる概念が「女子力」とする認識でもある。更に、ブライダル会社で働く広報担当の女性達に生の輝きを感じられていたように、自分に磨きをかけていくものであった。また、ハイヒールは都会で履き颯爽と歩く女性達のイメージで、原動力をもたらす女子力の一つのアイテムとして、身だしなみや仕事への姿勢の「かっこよさ」を象徴するものと考えられる。それとは逆に、男性の欲望の眼差しを感じ、未だ女性は平等ではないという現実を意識し、あくまで、あたかも「女子」という言葉自体が「未熟さ」を帯びると感じ、この感覚は、自分のキャリアの中では無縁であるとする捉え方もある。化粧や美容やファッションから自分の根底のエネルギーを獲得するが、それは、一人の女性の自律のプロセスであって、「男同士の絆」で欲望の眼差しで女性を客体化させていくような意味での「女子力」には否定的である。

ファッションと化粧とで女性達が自分の意識を高めていくことは、現実社会の中でそれが「女度を上げていく」ことを目指していくものなのか、男性と同様の「自律」を目指して

いくのかは、それぞれの女性達が置かれる環境と自分の思いと異なっていくものである。「気合を入れて」、たとえ「沈んで」いる時や「落ち込んで」いる時でも奮起させるパワーは、確かに女性でなければ経験できないファッションや化粧の無数のコーディネートや組み合わせから生み出されていくものであった。しかし、その原動力が、他律的思考を前提として男性の立場を配慮する「女子」を体内化させていくものとは必ずしも言えないということだ。あくまで「女であること」を意識して仕事を射程に入れている女子学生達は、「男性の眼差しを意識していない。男性目線からの欲望の眼差ではなく、むしろ女性目線からの高い美意識で、例えばヒールの高いパンプスで足が綺麗に見せられるファッションを肯定している。そこに自律した女性像というものを想定している。彼女達にとって、「女子力」とは自分たちが自分たちのための美学として作用しているものであるのに対して、後者の女子学生達にとっては、男性目線を意識しての欲望された姿を照射させている。換言すれば、自分を高める媒体としてのファッション・スタイルそのものが多様に象徴しているように、その根底にあくまでも自己練磨力もしくは生の原動力が、女子学生達の心性に流れているのであって、異性の欲望の眼差しに応じていこうということは射程には入っていない。

「女子力」はグローバル資本主義を牽引してきた男性中心的ネオリベリズムの中に、伝統的に支持されてきた「家族を育む母親像」のイメージと呼応するものがあるとして批判されている(菊池 2019)。確かに、そうした男性からのポリティカルな欲望の眼差しを意識する女性達は、実際にこの概念に批判的な発言をしている。彼女達は、例えば、「女子力」は異性から好まれるため、あるいは結婚相手を惹きつけるためだと認識されるといふような考え方は一線を引いている。自分たちが社会に出て働くときは、それが「女の世界」であれ、男性と同等の総合職であれ、自分の能力で仕事をしようと考えている。男性から欲望された眼差しとしての女子力ではなく、あくまで、自律した女性像として「女子力」を捉えている女性達は、逆に自己を鼓舞し刺激してくれるような「女度」であったり、「かつこよく」颯爽とした雰囲気を重ねており、そうした眼差しは敢えて無視すらしている。この二つの極を跨ぐ「女子力」や「女度」等を意識する感情とは、明らかに、現実社会の中で、感じていくものとして作用しているといえよう。<sup>(5)</sup>

## 5 現代の女子学生達のファッション・スタイル生成プロセスの文化理論

これまで、現代の女子大生のファッションに関して、ギアーツの概念である「テキストの集合体」(1987 [1973])としての彼女達からの語りとインスタグラムでの相互関係から浮かび上がる多様な文化構築を見てきた。そこから生成されていた彼女達の複数のアイデンティティ構築の背景にはどのようなメカニズムや文化装置が作動しているだろうか。以下でグローバル資本主義社会という環境の中で生き抜いている彼女達のファッションという消費文化実践の根底に流れるアイデンティティ構築の理論的検証をしていく。

第一に、ヴァーチャルな空間で広がる感覚は、確かに若者達の日常であるが、ファッションを通じて自分の演出を友と共に共有して自己構築する世界は「非日常」的時空を構成する。インスタグラムで女子学生達の服装やインフルエンサー達の微に入り細に入るファッションのコーディネートについての無限のあり方、化粧の事細かな説明、肌の露出のあるものの説明等々、それらを女子大生達が支持し、また、彼女達自身も他の女性達に支持されていく相乗効果で、美的性向が、いわば祭りの感覚を伴い、展開されていく。普段着ないような服で出かけた時のハレの日、例えば、大切な相手と一

緒に行った花火大会で撮った写真や、家族で集まってお祝いする写真、あるいは、特別な日に大切な相手と行った高級レストランでの様子を写真に撮りインスタグラムに挙げる。こうした様子を女性同士で共有することは、「生来」のままの一人の自分という「自然」な状態から、仲間達と自己の多様な美や意識の高さという「文化」への変換の作用が行われている(レヴィーストロス 1976 [1962])。これらの異なる場面や時間や季節等のコンテクストによって、相応しい服のイメージを自分で考えコーディネートし変えていく様相をインスタグラムに掲載していき、それぞれインタビューした女子大生達は一〇〇から五〇〇人以上のフォロワーが見ることができるとき空で広がっていく。換言すれば、自己の多種多様な在り様を見せていき、それぞれに高揚した感覚を共有することで、世俗世界の大学の授業、アルバイト、就職活動、勉強等々の日常とは「別」の「非日常」を構成しているのである。ヴァーチャルに広がる電子的空間をこうした日常の構造的空間とは異なる、オルターナティブな世界を構築する文化的パフォーマンスタとも言える(根村 2017)。インスタグラムで無限に共有され展開されていくファッションとは、文化人類学者ヴィクター・ターナーの概念を使えば、「反構造」の時空間で、世俗世界を構成する「構造」も「現実」として吸収しつつ、例えばファッションでフラットな繋がった感覚

を共有することで、普段の構造化された世俗の日常とはまた別の感覚を味わうものとして機能している（ターナー 1976 [1969]）。

第二に、人が暗黙の了解としてしている時間と空間の文化的意味を攪乱するものがファッションである。そのプロセスにおいてアイデンティティ構築がなされる。ポール・ヴィリリオ（2003）は、過去現在未来という時間の三分割に異議を唱え、それ自身が機械と人間との関係において「意味を失いつつある」と述べている。人が感じるのはその「想像上の時の流れ」で、その流れは土地の領域を超え、多様な方向へと向けられていると言っている。一つは、人が「今ここ」と感じている感覚に開かれている空間が、物理的に遠く離れた場所も介入してくると言う「遠隔存在（テレプレゼンス）」である。この感覚は地理的なものだけでなく、過去の時間的流れも直線的なものではなく多方向に遡ることのできるものだ。既にこの感覚は八〇年代後半から急速に普及したコンピュータがもたらしたヴァーチャルな空間の出現以前から、例えば、劇場や映画館といった所に行けば体感できるものであった。しかし、近年のスマートフォンとの出現とSNSの普及はこれをあたかも自己の身体の一部であるかのようにする世界を構成したと言える。自己の身体感覚が時間と空間とを超越したものとして再構成されていくのである。機械と人間との「ア

ンジャンスマン／組み合わせ」によって、自己のアイデンティティの多様な在り方が創造されていく（ドウルーズ・ガタリ 2010 [1987]）。物理的時空間を破壊したものを再編成し、かつ、その作業によって、過去を現在に蘇らせたり、そこから自己がどうありたいかを解釈していく未来への投企のあり様として考えたりする。現在に生きる過去からどういう多様な自分を構成させていくことができるかという「可能的世界」を見出している（ドウルーズ 2007 [1968]）。そうした無意識の知的操作（intellectual manipulations）を象徴する媒体がファッションである。自分が「今ある」というこの瞬間に大切な過去の記憶を蘇らせることができるものがファッションであり、それを再確認するのがインスタグラムであった。過去が再解釈され、そのイメージが現在に投影されていた。

第三に、スマートフォンという機械と自分との「アンジャンスマン／組み合わせ」によって創造される自己とは、合理性や合目的性や利便性という人間中心主義が生み出した白人の男性中心的思考によって「自然」を支配してきたグローバル資本主義社会とはまた異なる世界を構成するものだ。西洋の物質文明は確かに「我々」の世俗的物的世界を形成したが、それを一つの「文化」であることに気づかないままに「西洋」以外の社会に押し付けてきた欧米社会に対して、文

化人類者達から既に批判されている (e.g. レヴィ・ストロー 1986 [1983], 1988: A. J. Strathern 1996)。人間中心主義は、「自然」を支配し、排他的で、差別的で、暴力すら正当化させていったことが批判されてきた。しかしながら、インスタグラムでファッションについて女子大生達が多く女性の友人や知人と交わす画像やそこから生まれる共有される思いや、言葉のやり取りから構築される「人間性」は、彼女達の生の根源的なものに豊かなエネルギーを与え、互いに電子的に繋がっている相互関係から励ましあうような力能があった。沈んでいても気分を強くしたり、集中したときに気力を与えるものであったり、あるいは新しく投稿された画像を見て新鮮さと共に笑いや温もりを生み出していた。互いの関係性と感情を重視し、遊戯的かつ創造的に、彼女達が生成変化し続ける柔軟な主体の在り方である。時空間を超越して女性達の間で互いに他を意識し共感し合う形で多様にアイデンティティ構築がなされ、その根底には、生の動的在り方が流れていた。このダイナミズムにおいて生氣的エネルギーが生み出され、人の多様な在り方を生み出す潜在的なもの、また多様な他者との関わりを引き受ける自分であるという感覚としてのアイデンティティは「ポストヒューマン的主体」である (ブライドットティ 2019 [2013])。この主体は、論理的なものではなく感覚的なものを重視し、目的志向性を意識しつ

つも情緒的な感情を優先にし、排他的になるのではなく多様な仲間達を包括的に認め合う。彼女達のファッションを見入ったり見られたりする時に、互いに支持しあい語りあう多様な関係は、相互依存的に確認し合ったり、安堵感を共有したり、配慮し合う「女同士の絆」と呼応する (e.g. ブルジュール 2017 [2011]; メイヤロフ 2010 [1971])。その関係性から生み出される豊かな主体の在り方は、これまでの男性社会とは異質のオルターナティブな感覚がある。

第四に、ファッションとは女性達にとって、生に対する根源的エネルギーをもたらす「創造的情動」である。ジル・ドウルーズ (2017 [1966]) が『ベルクソニズム』の中で言うように、静的というよりは「熱望」のように動的なもので、心の中で躍るような感覚「エラン・ヴィタール (生の躍動)」である。この生の動的エネルギーは多様な在り方を創造していくものである。ファッションとは創造すると言う意味があった。そこにはこうした内的な情動があり、身にまとう女性達の心の中に作用する躍動感をもたらすものである。そして無限の多様性があった。過去の海外での輝きを放つ記憶が想起され、現在に蘇る文化的媒体として心的高揚感をもたらす。その潜在的なスタイルとして、彼女達がインスタグラムのフォロワーとして数多の女性達を支持しインフルエンサーとして自分のファッションのあり方を省察的に考えさせるも

のであった。そこから多様な自分ならではのファッションのスタイルを潜在的なものとして「自信」「気合」「強さ」を自分の解釈と審美的志向とで、多様なコーディネートを考え、大学へ、ライブコンサートへ、あるいは都心へ出かける為のファッションを身に纏う。その際に友達同士や大切な相手からの言葉、インスタグラムに写真をあげて承認されていくことで、自分が時空間を超越する形で、自分の中に心地よさと共に生への躍動感を感じる。更に、後日、その中に自分が普段会う仲間同士も互いにフォローし、フォローしあっていた。友達の様子のスタイルを賞賛したり、共感したりする、相互関係の中で相乗効果が生まれていった。自分の意識や美意識を数多の友人達と高めあったりする中で、その情動は躍動していた。

## 結語

女性達同士がファッションを巡り共有し合うインスタグラムとのアンジャンスマンで生成される多様な自分であるという感覚としてのアイデンティティとは、クリフォード・ギアーツ (1987 [1973]) のアメリカの解釈人類学の概念では「現実のためのモデル」である。数多のフォロワーにしてもフォロワーしている人たちにしてもその存在は自分たちにと

り、希望、感情、欲望、あるべき姿に到達しようとする理想を描いていく存在であった。女性達は、様々な非日常的光景を無限に提示しあい、認め合い、自らのファッションについて思い巡らし、その省察的情動が、自らの生の輝きのための根源となっていた。さらに、こうした人間と機械とのアンジャンスマンで創造されるアイデンティティとは「現実についてのモデル」である (Hod)。自分のスタイルとは、自分の心情や生き方、働き方、楽しみ方等々に絡む感覚が投影されていた。社会の中での自分のライフスタイルに対して「自信」を感じたり「気合」を入れることを求めたり「強さ」を感じたりするものであった。あるいは、沈んでいる時の「息抜き」になったり「気晴らし」をしてみても、また新しい自分へと変換されるものでもあった。変動する社会を生き抜いていく力能についての、「世界観」をもたらずのものでもあるのだ。

人の生の中には多様な「他者」が介入しており、「わたし」という生はあくまで「あなた」の生の存在があつて初めて存在しえる感覚であることを、アメリカの哲学者ジュディス・バトラー (2007 [2004]) は生の根源的あり方の「外在性」として提示した。ここでの他者とは、多くの心をつかち合える親友達、多数の友人達、恋人、そして、母親であり父親でもある。それぞれの他者との結びつきの強度や質は、それぞ

れ異なるが、その中の大切な人が欠けてしまうと、今までの自分という感覚が喪失してしまい、あたかも「わたしは、これまででのわたしではなくなってしまう」感覚に襲われる。トラーは、個人とは「外」に開かれ複数の他者が介入していることを力説し、自分という感覚は外から閉ざされているのではなく、大切な他者の生の多様な繋がりや感情の結びつきの尊さからもたらされることを力説した (ibid)。女子大生の自分のアイデンティティを示すファッションも数多の知人友人達家族達に開かれて構成されていることを見てきた。そのため道具としてインスタグラムを駆使している。彼女達にとって、自分のファッションを構成していくということは、生の根源的エネルギーを活性化させる手段である。言い換えれば、人の生が外に開かれているからこそ、その他者の思いが伝わったり、自己のその時の感情を共有できるところから「生の躍動」を感じ、自己の創造に結びついていくものである。誰もが代替可能なネオリベリズムの現在、自分が「かけがえない存在である」という代替不可能な「唯一性」をその都度違った形で感じさせるものもある。女子大学生とスマートフォンに入れられたインスタグラムとのアレンジメントの間で生み出されるアイデンティティは、こうした生き生きとした時空間を超越する形で「他者」達との相互関係の中で逐次構築されていくものである。

## 註

(1) マクロビーは、女性の消費行動に焦点を当てることにより、そこから「主体的な消費実践」として彼女達のアイデンティティ生成のメカニズムと根拠力を探ることを射程に入れている (McRobbie 2009)。日本の女性達が文化実践や消費行動の主体的参与が活発であることが、女性達の自己表現でもあるとしている (田中 2012)。

(2) 米澤 (2008) は、女性達の練磨された技巧で化粧した自己に耽溺し、それを自己充足的な形で自己表現することを論じている。心的な充実を得られるものとして化粧を分析している黄 (2019) は、その心地良さを低成長経済の中で、気軽に楽しめる「ささやかな幸せ」としており、同じ美的感覚を持った人たちが確認できるものであるとしている。

(3) 「かわいい」という言葉はアメリカの文化人類学者からの研究もあり、ここでは、その意味されるもの自体が「幼さ」「弱さ」「脆さ」を表現するとし、そうした文化を若い女性達が身につけていくのは、日本の男性中心社会への反抗であるという分析がある (Kinsella 1996)。

(4) 米澤 (2015) は、女子力を磨くことは、良妻賢母型の女性像を刷新するものであると同時に、異性を惹きつ

けるものでもあるとしている。

(5) フェイスブックのCEOとして著明なシェリル・サンドバーグの自伝『リーン・イン』の中で、自らの経験から仕事場で交渉するときは、「私」という主語ではなく「私たち」という主語を使って話すことを奨励し、自分の提案は、相手の立場も配慮したものであることを強調することを主張し、男性の交渉術とは異なることを述べている。あくまで「女性らしく振る舞う」姿勢も大切だと述べている(2017: 67)。しかし、これでは、相変わらず男性中心的グローバル資本主義社会を変化させようとしているにも関わらず変化することがない。シャネルのCEOモーリン・シケ(2018)は自伝の中で、女性達の趣味趣向に叶ったものを作っていくための創造力が不可欠な商品を作る時には、「男性的」な合理性や目的達成性も必要だが、「女性的」な美的感性、共感力、直感、相手の気持ちにも配慮し理解を示す力も不可欠で、そうした資質をグローバル資本主義社会の多様な場で積極的に活用し評価されていくべきだと自分の体験から発言している。

(6) 「ポストヒューマン」と言う概念は、現代のグローバル資本主義社会の負の側面——人種差別、環境破壊、紛争——などをも生んだ人間中心主義を批判したキャ

サリン・ヘイルズによって導入された(Hayles 1999: プライドドゥティ(2019 [2013])による引用)。「自律する男性」を中心にし、自然を支配していっただけでなく「欧米中心主義」的帝国主義や第三世界を生み出したポストコロニアリズムの世界を構成していった根本的思想としての人間中心主義に代わる人の多様性や他律性を重んじる概念である。

#### 参考文献

- バトラー, J. (2007 [2004]) 『生の危うさ——哀悼と暴力の政治学』本橋哲也訳、以文社。(Butler, J. *Precarious Life: The Power of Mourning and Violence*. New York: Verso.)
- バウマン, Z. (2008 [2005]) 『リキッド・ライフ』長谷川啓介訳、大月書店。(Baumann, Z. *Liquid Life*. Cambridge: Polity Press.)
- ブライドドゥティ, R. (2019 [2013]) 『ポストヒューマン』門林岳史監訳、フィルムアート社。(Braidotti, R. *The Posthuman*. Cambridge: Polity Press.)
- ブルデュー, P. (1990 [1984]) 『テイスタックション——社会的判断力批判(1)・(2)』石井洋二郎訳、藤

- 原書店。(Bourdieu, P. *La Distinction*. Paris: Les Éditions de Minuit.)
- ブルジュール, F. (2017 [2011]) 『タマの倫理』 原山哲・山下りえ子訳、白水社。(Brugère, F. *L'éthique de Care*. Paris: Presses Universitaires de France.)
- シケ, M. (2018) 『リヨン・ザ・ラブル』 神崎朗子訳、ハーバーコリンズ・ジャパン。
- ドウルーズ, G. (2017 [1966]) 『ニルケソニスム』 檜垣立哉／小林卓也訳、法政大学出版。(Deleuze, G. *Le Bergsonisme*. Presses Universitaires de France.)
- (2007 [1968]) 『差異と反復』 財津理訳 (全二冊) 河出文庫。(Deleuze, G. *Difference and Repetition*, Paris: PUF.)
- ドウルーズ, G. & F. ガタリ (2010 [1987]) 『十のプラトール——資本主義と分裂症』 宇野邦一ほか訳、河出文庫。Deleuze, G. et F. Guattari, *Mille Plateaux: Capitalisme et Schizophrénie*. Paris: Les Éditions de Minuit.)
- フィンケルシュタイン, J. (1998) 『ファッションの文化社会学』 せりか書房。
- ファーロング, A.・カートメル, F. (2009) 『若者と社会変容』 乾彰夫・西村貫之他訳、大月書店。(Furlong, A. & Cartmel, F. *Young People and Social Change*, Second Edition. Philadelphia: Open University Press.)
- フス, D. (2001) 「ファッションと同性を鑑賞する視線」 『問いかけるファッション』 遠藤徹訳、成美弘至編 pp.147-172、せりか書房。
- キアーン, C. (1987 [1973]) 『文化の解釈学Ⅰ・Ⅱ』 吉田禎吾・柳川啓一・中村弘充・板橋作美訳、岩波現代選書。(Geertz, C. *Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic books.)
- Hayles, N. K. (1999) *How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics Literature and Informatics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kinsella, S. (1995) 'Cuties in Japan. In *Women, Media and Consumption in Japan*. L. Skov & B. Moeran eds. Pp. 220-254. Honolulu: University of Hawaii Press.
- レヴィ・ストロース, C. (1976 [1962]) 『野生の思考』 大橋保夫訳、みすず書房。(Levi-Strauss, C. *La Pensée Sauvage*. Paris: Librairie Plon.)
- (1986 [1983]) 『遠近の回想』 三保元訳、みすず書房。Levi-Strauss, C. *Le Regard Eloigné*. Paris: Librairie Plon.)
- (1988) 『現代世界と人類学——第三の

- ユミニズムを求めて』サイマル出版会。(L'anthropologie  
*Face aux Problèmes du Monde Moderne.*)
- 菊池夏野 (2019) 『日本のポストフェミニズム——女子力  
とネオリベラリズム』大月書店。
- McRobbie, A. (2009) *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change.* London: Sage
- メイヤロフ、M. (2010 [1971]) 『ケアの本質——生きる  
ことの意味』田村真、向野宣之訳、ゆみる出版。  
(Mayeroff, M. *On Caring.* New York: Harper & Row  
Publishers.)
- 根村直美 (2017) 『ポストヒューマン・エシックス——サ  
イバーカルチャーの身体を問う』青弓社。
- 小倉千加子 (2007) 『結婚の条件』朝日文庫。
- 米澤泉 (2008) 『コスメの時代——「私遊び」の現代文化  
論』勁草社。

(2015) 『女子のチカラ』勁草社。

- サンドバーグ、S. (2017) 『リーン・イン——女性、仕  
事、リーダーへの意欲』村井章子訳、日本経済新聞出版  
社。
- Strathern, A.J. (1999) *Body Thoughts.* Ann Arbor: The  
University of Michigan Press.
- 田中東子 (2012) 『メディア文化とジェンダーの政治学』  
世界思想社。
- ターナー、V. (1976 [1969]) 『儀礼の過程』富倉光雄訳、  
思索社。(Turner, V. *Ritual Process: Structure and  
Anti-Structure.* Routledge: New York.)
- ヴァイリリオ、P. (2003) 『瞬間の君臨』土屋進訳、新評  
論。
- 鷺田清一 (2012) 『人はなぜ衣服を着るのか』筑摩文庫。
- 黄順姫 (2019) 『身体文化・メディア・象徴的権力』学  
文社。