

卒業論文

ファッションメディアのモード生成に関する
陳述の共時的分析

1A182033-4

伊藤 勇人

【概要】

インターネットの全世界的な普及によって、〈ブロードキャスト〉から〈ネットワーク〉へと主要プロトコルが移行した。インターネットは、マスメディアを頂点とする一対多の情報発信の構造を破壊し、マスメディアが提示するコンテンツの価値を相対化させた。ロラン・バルトは『モードの体系』にてモードの源泉をレトリックに求め、女性ファッション誌の陳述を記号論的に分析したが、その研究時期の1957年から1963年では〈ブロードキャスト〉のプロトコルが強力に機能していた。つまり、当時のモード研究には、女性ファッション誌というテキストがモードを生み出す随一の媒体であるという前提が、暗黙裡に存在していた。また、メディアが変容する要因は、内発的というより、政治、文化、技術革新などの社会的であり外発的な要因であるから、モード研究には、常に研究当時のメディア状況自体の考察が必要不可欠だ。

本稿では、主要プロトコルが〈ネットワーク〉の状況下での、モード生成の分析を試みることを目的である。そこで、女性ファッション誌、ブランドサイト、SNSから、同一の衣服の陳述を抜き出し、それらを比較検討する分析を行った。バルトの分析手法に倣い、それぞれの陳述の記号作用、記号意味、レトリックの項目を評価した。

多媒体化した状況下での女性ファッション誌の陳述には、ブランドの意思を超えて独自の陳述を生成し差別化を図る意思、陳述内でモデルを全面化させることで衣服や世界の陳述を回避する意思、他の媒体と同様の内容を陳述する意思がそれぞれ確認できた。

言語学を基礎とする記号論的分析によると、女性ファッション誌において陳述というテキストからは、他媒体との差別化の意思を認められるものもあれば、他媒体との差異の一切を認められないものの両方が存在する。これは、女性ファッション誌では、陳述という言語表現に対する権威が相対的に弱体化していることを意味する。陳述がモードの全てを担いきることはできておらず、画像や映像などのテキストの権威性が相対的に高まり、それらもモードの生成に寄与している。

女性ファッション誌に対し、プロトコルの移行を前提とした分析を行うのであれば、言語のみならず、画像や映像といったイメージを分析することが要求される。また、言語学を基礎とする記号論では、主観性を帯びてしまう解釈からは不可避である。言語学由来の主観的解釈から脱するためには、客観性を支持しつつ、記号に対しては意味論的考察を介さない手法が要請される。