OUKA
The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	<書評>ペニー・スパーク著,菅靖子・暮沢剛巳・門田園子訳『パステルカラーの罠』
Author(s)	渡邊, 眞
Citation	デザイン理論. 2005, 46, p. 204-207
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/52929
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

ペニー・スパーク著，菅靖子・暮沢剛巳・門田園子訳『パステルカラーの罠』

法政大学出版局（りぶらりあ選書），2004年

渡邊　眞／京都市立芸術大学

アドリアン・フォーティの『欲望のオブジェ』以来，久しぶりにわくわくした本でした。これまでペニー・スパークの訳書としては，『近代デザイン史』（1993）と『20世紀デザイン ── パイオニアたちの仕事・集大成』（1999）があり，今回新たに本書が加わったことになります。『近代デザイン史』は，ペヴスナー流近代デザイン史観の捉え直しの一書と位置付けられるものですが，近代デザイン史の別の読み方という点では，多少物足りないものを感じていました。今回の『パステルカラーの罠』は，フェミニズムの視点を明確に打ち出しながら，ヴィクトリア朝時代から1980年代まで，一貫した視点を保持し，「別の読み方」を試み，成功しているという点で，注目してよい一書だと思いました。「成功している」という評価は，必ずしも正しい見方であるとか，妥当な歴史観であると完全に同意するという意味ではなく，これまでの見方だけでは不十分だと疑わしめるに足るだけの論拠を提示し得ているという意味です。

スパークの主張の要点

スパークの視点は，「趣味の行使」を核心とする女性文化の成立と展開，その評価の変遷の歴史はどのようなものかということです。完全に読み切ったという自信はありませんが，あえてまとめてみます。

スパークの論述はイギリスとアメリカの中産階級が中心となっていますので，イギリスを例に取ります。女性文化とは，ヴィクトリア朝時代特に19世紀半ばに，中産階級が郊外に住居を構えるようになり，専業主婦が増加し，家庭が女性の活躍の場となり，そこでの礼儀作法や室内の飾り方についてのマニュアル本が数多く出版されるようになった時に，女性による趣味の行使の結果として成立するもので，それがステレオタイプ化された捉え方によれば「女性的な趣味」ということになるものです。

これが，ラスキンやイーストレイクに代表されるデザイン改革論者によって，良くない趣味と批判され，男性中心のプロのデザイナーがデザイン改革運動を起こした時に，それまで女性が主役を務めていた室内装飾という場において，悪趣味であるとして女性趣味が追放され，女性はその場を奪われるというのが第一幕です。これが近代デザインの幕開けのことです。

近代デザインは機能主義に代表される男性的原理に基づくモダニズムを主調としていきますが，それは造形に客観的根拠を求め，普遍性を標榜するのに対し，趣味の行使を核とする女性文化は，快適さを求め，装飾に走り，流行を追い，主観的で一時的なはかないものとして攻撃され，文化的価値としては周辺的な地位しか与えられないということになります。その活躍する場も，家庭は生産的な工夫や表現の場ではなく，大量生産された製品の消費の場となり，趣味の行使は典型的にはデパートにおけるショッピングという形をとることになります。

しかしデザイン論や価値論の分野では，周辺的で取るに足りないものという評価しか与えられないのですが，モダニズムが推進した

大量生産が，大量消費を前提とするようになる時，つまりアメリカの1920年代末から1930年代にかけて，造れば売れる時代から売れるものを造る時代に移行した時期に，大量消費を支える消費者の側で大きな比重を占めるようになるのが女性趣味です。1950年代では，もはや女性趣味を無視して消費ターゲットを考えることは出来ない状況となります。ただ消費が広告によって操られるという側面が強調され，女性趣味はその自立的価値を認められず，従って文化的地位も高まらず，ときにマス・カルチャーの一翼としてキッチュと蔑まれることはあっても，ハイ・カルチャーという評価は得られません。

少なくとも他と対等な地位を与えられたのは，ポストモダニズムの時代，1980年代以降のことです。ただし多文化主義を標榜するポストモダニズムは，確かにブルジョワ文化も若者文化も女性文化も多様な民族文化も，モダニズム文化でさえ，すべて対等に認めますが，しかしそれだけです。

あえてまとめれば，これがスパークによる近・現代デザイン史の捉え直しです。

スパークが望む女性文化の地位

さてペニー・スパークが求めているのは，「ドメスティシティが男女双方にとって価値ある理念となる」ことです。これは，多様な文化の中の１つといった位置付けを求めているのではありません。女性だけに意味があるのではなく，男性にとっても価値のあるものとしての地位です。また男性的文化としてのモダニズムを受け入れ，それを女性にとっても意義あるものと認め，それに同化することでもないのです。スパークはモダニズムを受け入れ，そこで活躍する女性のデザイナー達についても論述しています。しかしそのデザイン所産に男性的論理の徹底化ではなく，女性化の傾向を見出しています。

スパークが求めることは，実現可能なのか。モダニズムは普遍性を標榜しますから，論理的には男女を問わない価値を主張できます。しかし趣味の行使としての女性文化は，性格上特殊的で個別的なものとならざるを得ないのではないでしょうか。たとえば「おふくろの味」は，海外ではどうなのかよくわかりませんが，日本では優れた家庭料理文化で，基本的に女性が育んできたものです。ただ個々の家庭にあって育まれたものですから，その意義について異論を挟む余地はないのですが，市場性を考えた時には，飲食産業の主流にはなりえないでしょう。男女を問わない価値でいえば，理念的な普遍性とは別に，たとえば市場における覇権つまり圧倒的に売れることによって，男性的なものに対する優位を確立し，文化的価値を代表してしまうという可能性も想定できますが，市場を支配することができるかどうかが問題です。これは，女性趣味が消費動向において優位を占めるというだけのことではなく，生産面も含めて主役的な役割を果たしうる地位を確立しえているかどうかということです。男性的文化のほとんども実質は政治的経済的な覇権だと思われますが，女性文化についても覇権の可能性を問題にする必要があると思われます。

さらに問題は，覇権主義がハイ・カルチャー，ドミナント・カルチャーの地位を獲得できるかについては，別の話だということです。女性趣味は1950年代の市場では無視し得ない勢力となりました。しかしそれは他のマス・カルチャー，ポピュラー・カルチャーも同様です。これらはハイ・カルチャーの評価は得ていません。ハイ・カルチャーに対する衝撃力でいえば，女性文化は，若者文化にも及ばなかったとスパークは認めています。今日ハイ・カルチャーかどうかにこだわること自体が無

意味だという議論もあります。しかしスパークはこだわっていますし，私もスパークに同意します。価値におけるハイ／ローを問題にしない文化論は成り立ちません。これは現にハイとされている文化が本当にハイなのかという問題とは別です。好き嫌いを超えたところでの質を問題にしない限り，好きな人が好きなようにやればいいのであって，他人がとやかく言う権利はない，となるだけです。文化論は他人の好き嫌いについて，とやかく言うことです。

ともあれスパークは，女性文化が男女双方にとって高い価値があるものと評価されることを望んでいます。周辺から中心への移動です。その可能性を問うからこそ，デザイン史の見直しの可能性となるのです。

今後の論及に期待される論点

本書では，女性文化，ブルジョワ文化，若者文化，マス・カルチャー等々といった概念レベルで，同一視されたり，対比されたりすることが少なくないのですが，相互の錯綜した関係についての配慮が少し足りないと思われます。男性的なものとしての機能主義を中核とするモダニズムと対比される時，ブルジョワ文化は女性的なものと性格づけられるのですが，出世競争を背景としたステイタス・シンボルの文化，たとえば自動車に於けるグレード差は男性的なものです。ブルジョワ文化の中のジェンダー性を考えておく必要があるでしょう。若者文化との対比でも同様です。そこにも男女差が認められます。この点は文化論の領域では当然のことで，あえて細かく論及しなくとも，共通了解が成立しているとスパークが考えているのかもしれません。

しかし具体的にどのような事象を女性文化あるいは女性的なものと捉えるかは重要な問題です。本書ではあまり具体例についての分析はなされていません。たとえばドメスティシティは，これまでの歴史で言えば女性の領分といえると思いますが，今後もそうなのかといえば，そうとも限りません。家庭料理や化粧は，これまでは女性の文化ですが，今後はわかりません。家庭料理は，場合によっては失われるかもしれません。つまり女性文化を男性文化に対比するという概念操作では，内実が歴史的に変化してしまい，ジェンダーという視点だけが保持されるだけで，男女を越えた理念には到達できません。ただかつて女性的文化とされてきた個々の文化事象に関しては，歴史的に女性的なものとして誕生し展開したものが，男女を越えて意義を持つものに質的転換を遂げるということはありえます。だから今後問われる必要があるのは，具体的な事象レベルの問題です。

ともあれ女性趣味という文化が，ハイ・カルチャーとして語られることはなかったにせよ，現に存続し，消費市場において動向を左右する有力な要因であり続けたという事実はスパークの言うとおりであり，これまでハイ・カルチャーとされてきたもの，あるいはハイ・カルチャーという概念そのものの根拠が疑わしくなっている今日では，男性から見た女性文化の位置づけではなく，女性にとっての女性文化の位置づけを避けて通ることはできないでしょう。女性の位置づけがあって，男性がそれに同意するかです。逆にいえば，これまで男性が位置づけてきた男性文化に対して，女性はどのように同意するのか，何に同意できるのかを，フェミニズムは問わなくてはならないことをも意味しています。男女差を越えてというのは，この可能性のことでしょう。

だから「趣味の行使は日常生活のセクシュアル・ポリティクスにおいてヴィヴィッドな役割を演じ続けることだろう」というスパークの期待は，本来はジェンダーを越えた可能

性とその意義を問うべきですが，現代は未だ男性が趣味をハイ・カルチャーとして受け入れられないという歴史的状況であるという限りにおいて，正当なものと言えます。