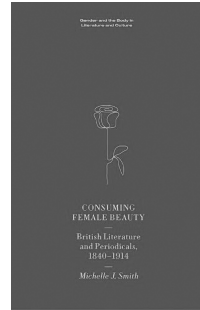


書評

Michelle J. Smith, *Consuming Female Beauty: British Literature and Periodicals, 1840-1914*
(Edinburgh University Press, 2022)

市川 千恵子(奈良女子大学)



本書は、ヴィクトリア朝からエドワード朝にかけての文学作品とジャーナリズムから少女像を検証する著者の二作目の単著である。その研究対象を広げた本書は、資本主義の黎明期と活字文化の興隆期に、女性がいかにして美という概念と向き合い、身体意識を持ちえたのかを広範な文献から読み解き、美の概念の恣意性を提示する。

まず序章においては、19世紀の女性と美容に関する一次文献と二次文献を手際よく紹介し、本書の目的を明確化する。19世紀中葉までは「美しい肌」がその女性の人格や道徳性を映し出すものとして「内側」を重視する傾向が主流であったが、その美の基準は精神性から視覚化される「身体」の美をより強調する傾向へと転じていく。序章の後半ではEliza Haweisの一連の美の指南書が紹介される。*The Art of Beauty* (1878)におけるHaweisのレトリック、すなわち「美の力を育むこと」が女性にとり重要であり、その前提として、すべての女性には「それぞれの魅力」がある(20)と読者を鼓舞する言葉は、現代の美容マニュアルに記載されても違和感はないだろう。19世紀から現代まで根強く残る「自然な美」の価値を基本としつつも、当時の中流階級の人々の間でタブー視された化粧品の使用にも異を唱えず、女性の美が視覚的に評価される時代へ移行する動きも見出せ、この美容マニュアルのレトリックは、本書が射程範囲とする活字文化の傾向を予示している。以下、各章の議論を概観しよう。

第1部‘Nature vs Artifice’は文字通り相反する概念を扱う。まず第1章においては、そのタイトルが示すように、美、健康、人格の三位一体の神話がヴィクトリア朝の活字文化において創造され、その根底に「自然」と

いう概念が揺るぎなく推奨されていたことを詳らかにする。しかし、相次いで活字化される美の手ほどきは、いかに女性が美を手に入れ、それを維持していくべきかを指南する。その一例がアメリカの医師 D. G. Brinton と George Napheys による *Personal Beauty: How to Cultivate and Preserve it in Accordance with the Laws of Health* (1870) である。身体の特権家による各部位の健康と外見美の相関関係の助言には信憑性があるものの、著者の分析によれば、運動による益については言及されていない(36)。つまり、その根底に見出せるのは、柔らかい曲線的な身体という伝統的女性美の概念の強化なのである。美容指南書の分析の後に、第1章では Wilkie Collins の *The Law and the Lady* (1875) と George Eliot の *Adam Bede* (1859) の読みが続く。前者においては、「美しくない」と描写される Mrs Macallan が抱く美しい女性に対する嫉妬心ゆえの過剰な装いを、また後者では Dinah の自然な美しさと崇高さに対比される Hetty の軽率さを説明し、両作品には共通して女性の虚栄とそのための美の追求が批判的に描かれていることを指摘する。しかし、指南書の導きを踏襲した型通りの読みであり、新鮮味が欠けることは否めない。

第2章は美容マニュアル、雑誌、小説といった活字文化が美しさとその危うさをいかに表象するかを検証している。メイクアップや衣服の流行は時代を映し出すが、若い女性の変化は常に世間の注目と批判を浴びるものだ。Eliza Lynn Linton の有名なエッセイ(‘The Girl of the Period’)は若い女性の化粧に否定的で、華美な衣装をまとい始めた女性たちを高級娼婦になぞらえる(55)。美容マニュアルにおいても化粧品の原材料は女性の皮膚に有害だと、警鐘を鳴らす論調も少なくなかった(57)。ここで、高級娼婦、ダンサー、バイエルン大國の國王の愛人といったドラマティックな経歴をもつ Lola Montez の指南書 *The Arts of Beauty; or, Secrets of a Lady’s Toilet* (1858) に注目したい。‘[It is] a woman’s duty to use all the means in her power to beautify and preserve her complexion’(61) という助言は彼女の半生を反映するかのようになり、女性の美とその威力を示唆する。男性の視線が言及されることにより、その威力は主に異性との関係において発揮されることが明白となり、女性はあくまでも見られる客体として位置づけられている。本章の後半で取り上げられる文学作品のなかでも、化粧と犯罪が結

びつけられる L. T. Meade の *The Sorceress of the Strand* (1902) が興味深い。この作品は *The Strand Magazine* に連載されたミステリーである。ヒロインの Madame Sara の造形は、1860 年代から 1870 年代にかけて化粧品詐欺や脅迫の罪を犯した Madame Rachel からヒントを得ている (68)。ヒロインの肌の白さは潔白を連想させるが、「自然」で「無垢」な外見は演出されたものであり、化粧が巧妙に彼女の犯罪を覆い隠すのだ。

第二部は若さとエイジングがテーマとなる。第3章は10代女性の美に焦点を当てる。この章で取り上げられるのは元軍医の Gordon Stables による指南書 *The Girl's Own Book of Health and Beauty* (1891?) と *Girl's Own Paper* に掲載されたコラムである。両者は共通して将来の妻と母という立場を重視し、女性の内面の美しさと健康が容姿と言動に反映されると説く。著者は *Girl's Own Paper* の広告にコルセットや石鹸が定期的に登場することに対して、化粧品は皆無に近い現象に注目する。その背景には、容姿の改善を期待させる商品ではなく、ダメージの防止、言い換えれば、虚栄心ではなく、自身の美の維持への努力を促すという編集者の選択基準が存在したのだ。この章の後半で分析対象となるのは Juliana Horatia Ewing の *Six to Sixteen: A Story for Girls* (1886) と Frances Hodgson Burnett の *The Secret Garden* (1911) である。両作品は舞台をインドからヨークシャーのムーアに移し、それぞれのヒロインの健康はイングランドの自然によって改善し、外見と内面も磨かれる。外見的美に固執する虚栄心の強い母親が批判的に描かれる点も共通している。外見の魅力は身体健康と内面の美しさがもたらすという少女向けの指南書と文学作品に共通するレトリックは、中年期(当時は30歳以降)を迎える女性にとって深刻かつ厄介な問題となることが示唆され、次章のテーマへと接続する。

寿命が延長した世紀末の人々にとり、エイジングは新たな問題となりえた。第4章の考察の対象は、エイジングをめぐる美容指南と広告である。特に1880年代の石鹸の雑誌広告をめぐる分析は明快である。Sunlight Soap の広告には 'Why does a Woman Look Old Sooner than a Man?' という扇動的な見出しがつけられている (114)。その真偽はさておき、男性よりも女性のほうに若さと美を要求する文化が背景にあることを物語る。一方、Pears' Soap の広告では著名人 Mrs Georgina Weldon のイラストの周囲

に ‘I am 50 today’ と ‘but, thanks to Pears’ Soap My COMPLEXION is only 17’ というキャプションが配置される。実生活では波乱万丈ながらも少女のような風貌のモデルを登場させ、商品の威力を謳うのだ。演出方法は対照的だが、二種類の広告は「清潔さ」という重要概念を共有している。次第に雑誌広告はアンチ・エイジング商品を取り扱い、若々しい美の時期の延長を推奨し、女性たちは外見上の老化サインに自己責任をもつように迫られる (118)。このような若さと美しさを求める活字文化においては、永続する美への期待は高く、身体上の老いのサインは大敵として表象される。しかし、問題は単純化できない。女性性にはセクシュアリティ、とりわけ「出生力」(fertility) が結びつけられ、出産可能な年齢を過ぎた女性にはグロテスクな形容が付される傾向が見出せるのだ。本章の後半部分で議論されるのは、Charles Dickens と George Eliot の小説における老女の表象である。Dickens の *Dombey and Son* (1848) における Cleopatra Skewton は 70 歳とされる実年齢よりも外見を若く見せるための装いと化粧品にいそしむ。彼女が素顔にもどる描写において、造りこまれた美が解体され、身体的劣化が可視化される過程、さらに「死体」との同一化を著者は読み取る (126-27)。Eliot の *Felix Holt, The Radical* (1866) では、56 歳の Mrs Transome は自身の性的魅力と影響力の喪失を経験する。その絶望感自身を映し出す鏡によって確認されるのだ。身体的変化を映し出す鏡を巧妙に利用した二作品を取り上げ、老いが突きつける女性の不安を指摘する論述は示唆に富む。

第三部は ‘Reshaping Female Beauty’ と題され、セレブリティ文化の萌芽と女性雑誌をトランスアトランティックな視座から検証する。第 5 章は、世紀末の活字文化において女優が果たす役割に焦点を当てる。19 世紀中葉までは女優という職業に対する世間のイメージはネガティブなものであった。しかし、写真技術と広告印刷技術の発展により、1880 年代から 1890 年代にかけての活字文化において、女優は憧憬のまなごしの対象となる。美の理想形のイメージの形成と流布の中心に存在したのが女優であったのだ。そして、これまでタブー視されてきた化粧品に対するイメージも徐々に変化した。当時のトップ女優 Ellen Terry が自伝で揶揄したように、女優の美しい容姿はその才能や実力よりも注目を集めた (139)。例えば Lillie Langtry は、*Sketch* 誌の Pears’ Soap の広告 (1894 年) で起用され、その広告

イメージが海を越えて再印刷されることによって世界的な注目を浴びた(140)。読者はこのようにして繰り返し目にする美しい女性の姿に憧れを抱き、その理想像に近づく努力を多少なりとも強いられる。女性雑誌の *The Happy Home* は、1895年に読者を対象として、‘beauty competition’を実施している(141)。誌面には64名の女性の写真が掲載され、読者による投票が行われた。これに付随する問題は後述したい。さらに、女優の肖像が広告に利用される際に、商品の具体的な名前や効能よりも女優の美しさがフィーチャーされる新しい傾向が生じ、広告は19世紀女性雑誌の‘fashion plates’に近似していく(146-47)。本章の最終節では現存するブランドの Rimmel と、Mrs Pomeroy の商品ならびにビューティー・サロンの戦略的宣伝が議論される。両ブランドは巧妙に商品とサービスの信憑性を強調し(156)、女性の心理に訴える。本章は女優、美容業界、活字文化の互惠関係が女性読者を巻き込み、美の基準を形成する様相を明示する。

最終章は20世紀転換期の英米の女性雑誌を祖上に載せる。19世紀を通して重視された「内面からの輝き」や「自然さ」は、日々の自己努力とともに、適切な商品を選択することで叶えられるという美容信仰が根付いていく。同時に、女性たちは老齢期まで若さと美の維持を半ば強制的に意識させられるのだ。特にアメリカの女性雑誌 *Delineator* における連載記事 ‘The Diary of an Ugly Duckling’ (1908) が興味深い。この記事では「神からの授かりものとしての自然の美」ではなく、美容習慣という自己努力で「手にいれた美」へと美の基準が転換する瞬間が示唆される(168-69)。世紀転換期の雑誌記事ならびに広告には写真が多用された。そうした写真に対して読者は自身の理想や夢を投影したに違いない。女性雑誌は読者のファンタジーの空間にも成りえたのだろう。

以上が6章から成る本書の概要である。議論の構成や展開は概して堅実である。結論において著者は19世紀の美の基準が現代にも残存する事実を指摘し、‘the fat positivity movement’ (188)にも言及することで、現代の多様な美の受容の動向にも目配りをみせている。読者側の過剰な要求かもしれないが、本書において評者がさらなる議論を望む箇所を挙げておきたい。本書は19世紀の消費文化と欲望をめぐる古典書ともいえる Thorstein Veblen の *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of*

Institutions (1899) や、女性のまなざしと消費の関係に焦点を当てた Rachel Bowlby の *Just Looking: Consumer Culture in Dreiser, Gissing and Zola* (1985) に依拠してはいるが、美容産業を基盤に、女性消費者の美の欲望と家父長的資本主義の問題をさらに深く掘り下げられたのではないだろうか。女性をターゲットとした広告は言葉巧みに他者(主に異性)からの視線に晒される場面を設定し、自身のコンプレックスに意識を向けることを意図していた。当時の女性雑誌の巻末に設けられた読者欄から消費者としての女性読者の声を拾い上げることによって、ある程度は照射できただろう。また、本書で取り扱われる文学作品だが、その選択が適切とは言い難いものが見受けられるし、紙幅の制約からか表層的読解に留まるものもある。例えば、L. T. Meade の小説(第2章)では女性、犯罪、化粧品の原材料、外国との結びつきなどと刺激的なキーワードが並び、さらなる著者の見解を読みたい思いに駆られる。

最後に、保留した女性雑誌の ‘beauty competition’ (第5章) が孕む問題について考えたい。第二波フェミニズムは身体的魅力を尺度にして女性に順位をつける「ミス・コン」を批判したが、第一波フェミニズムの反応も提示すべきであろう。19世紀から続く若さと美による選別と差別は、21世紀において「ルッキズム」として問題視されている。著者が示唆するように、19世紀から20世紀初頭の美容産業と活字文化の戦略に女性は受動的に絡めとられ、美を通じた自己表現や自己実現が必ずしも主体的な選択によるものではないという複雑さに無自覚であった。活字文化、SNS、女子大学のウェブサイトなど、様々な媒体にルッキズムのイデオロギーが拡張している現代においても、本書は重要な視点を提供するのである。

