

美容・ファッションに関する新しい男性像に ついての分析

——ジェンダーレス男子の例を通して

DAI Yadi

本稿は、近年メディアに取り上げられた美容・ファッションに気を使う「ジェンダーレス男子」に注目し、雑誌の記事内容を通して、「ジェンダーレス男子」に関する大衆的な言説の変容過程、およびメディアがジェンダーやセクシュアリティを描写する際に生じる矛盾や葛藤について社会的に考察した。また、ジェンダーレス男子が誕生した経緯や歴史的背景を明らかにするため、歴史上の男性の美容・ファッションの状況や、「ジェンダーレス男子」と類似する人物を加えて分析を試みた。

本稿は、全六章から構成されている。

第一章では、日本社会においては「美容・ファッション」の領域にジェンダー規範が顕著に存在していることや、男性が長きにわたって美の世界から排除されている現状を説明した。また 1980 年から、「フェミ男」や「メトロセクシャル」など、今までのジェンダー規範を打破し、男性が美容・ファッションという従来の女性の領域に参入する現象があり、特に 2015 年からメディアに取り上げられ、「自分らしさ」を強調している「ジェンダーレス男子」をめぐる問題を提起した。

第二章では、本稿の考察対象に関連する先行研究を検討した。まず、男性学、女性学そしてセクシュアリティ/ジェンダー研究およびクィア・スタディーズなどの潮流と発展を概観した。そして、本稿の研究対象と男性学の関係を確認し、ジェンダーレス男子を男性学の理論を用いて分析することが難しいことを明らかにした。また、男性の美容(男性化粧、男性の整形など)・ファッション(男性の女装行動)に関する研究を概観し、その問題点を指摘した。これまでの研究の大多数は「男性」というジェンダーカテゴリーから研究が進められ、男性の美容・ファッション行動は「男らしさ」の変容として検討されることが多かったが、その分析の限界をあきらかにした。さらに、先行研究で提起した、日本のメディアによって作られた「ジェンダー像」を批判的に見直す必要性を述べ、美容・ファッションを実践する男性を描写する際には、メディアのジェンダー観も考察する必要があることを示した。

第三章では、研究方法および研究対象を説明した。本稿では主に二つの研究方法を採用する。

まず文献調査を行い、先行研究や文献資料から、男性が身体加工(美容、化粧、ファッション)する歴史的、文化的な背景を検討する。また、日本の雑誌において、「ジェンダーレス男子」およびそれに関連した人物の記事内容を収集し、質的な内容分析を通して仮説を検証する。具体的には、大宅文庫のデータベース「Web OYA-bunko」を使い、キーワード検索で関連する記事を検索し、収集・分析した。

第四章では、現代社会に「新しい男性像」が誕生する経緯を明らかにするため、日本社会の男性美容(化粧)・ファッションの歴史を概観した。その結果、「ジェンダーレス男子」のような男性たちはメディアで「新しい」と呼ばれるにも関わらず、日本の歴史上、すでに化粧やファッションを実践する男性が存在していたことが判明した。また、明治維新以後の長い期間において、男性の美容・ファッションに関する行動は制限されていたが、1980年代以後、「フェミ男」を代表とした新しい男性たちが大衆の視野に再び出現したことがわかった。

第五章では、1980年以後出現した、美容・ファッションを実践する「男性的でない男性」をめぐる雑誌記事の内容分析と考察を行った。まず雑誌記事の中から、「ジェンダーレス男子」「りゅうちえる」「こんどうようぢ」「とまん」「井手上漠」「フェミ男」「カマ男」「メロセクシャル」をキーワードとしての雑誌の記事を計273件(タイトル数141)収集した。続いて、収集した記事の内容を基に、第一章で提起した仮説の検証を行った。具体的には、まず、時系列で記事内容を分析し、「ジェンダーレス男子」が出現する以前に雑誌に登場した類似的な人物の記述の特徴や変化を明らかにした。また「ジェンダーレス男子」およびその代表的な人物に関する言説から、メディアが作り上げた「ジェンダーレス男子」と呼ばれる個人とその表象の間にいくつの葛藤が存在することを指摘した。最後に、日本のメディアがジェンダーの問題に対して十分な見地を有していないことを指摘した。

第六章では、本稿が得た結論を示して、今後の課題を展望した。

まずは、結論を以下の三点にまとめた。①日本においては男性美容・ファッションの歴史の蓄積が多く存在しており、1980年以後に出現した「フェミ男」、「メロセクシャル」、「ジェンダーレス男子」には各メディアによって定義の区別があるものの、各自に独立しているのではなく、それぞれ関連し、相互に重複し合っている。またその変化は、既存のジェンダー規範への逸脱あるいは再定義と言える。

②「ジェンダーレス男子」自身は「ジェンダーレス男子」というカテゴライズへの疑問を持ち、「自己志向」を強調しており、メディアの定義や描写と矛盾している部分が多く見られる。さらにメディアと大衆が加担するジェンダー役割への抵抗感をも示した。

③日本のメディアではジェンダーやセクシュアリティへの理解が不足していることが指摘でき、それに関する表象を取り扱う際に、「ジェンダーレス男子」を含めて、個人差を無視して言葉を濫用または混同する傾向が見られる。

最後に、今後の課題として、本稿はジェンダーレス男子に関する雑誌記事に基づいて考察を行ったが、他のメディアも分析に含める重要性を示した。また、ジェンダーカテゴリーが多様化している今の時代において、「ジェンダーレス男子」をより新しい理論や視点から再考する可能性を提示した。