

ファッション誌からみる女性の自己表象の変遷

ーモテから推し活までー

三上 理菜保

本論文は、ファッションや美容だけでなく、ライフスタイルに関することなど、発信するジャンルが多岐にわたるファッション誌を用いて、女性の自己表象の変遷を明らかにすることを目的としたものである。

第1章では、ファッション誌を「時代の鏡」と捉えた上で、ファッション誌についての先行研究を基に、ファッション誌の役割、社会への影響力、女性のライフコース、自己表象など様々な観点からファッション誌を読み解いた。

第2章では、ファッション誌と読者の変容について示した。具体的には、ファッション誌の歴史と女性の社会進出の変遷、働く女性とファッション誌、ファッション誌の種類、ファッション誌の読者数の推移など、ファッション誌にまつわる情報を整理した。ここで得られた情報から、ファッション誌離れが起きていることが明らかになった。

第3章では、本論文のために行ったアンケートの結果を基に、ファッション誌と現在の若者の関係性を明らかにした。アンケートの結果からファッション誌には、「憧れ」と「親近感」が大きなポイントとなっていることが分かった。また、ファッション誌離れにはSNSの発達が大きく関わっていることが多くの回答から読み取れた。

第4章では、アンケート回答者が読んでいる雑誌として最も多く名前が挙がった『non-no』を用いて、2015年から2024年までのアーカイブ調査を行い、表紙や特集の変化を明らかにした。異性に良く思われることにフォーカスした特集から自分自身が良いと思うものを自分の意見で選んでいく「私らしさ」を大切にしたい特集に変化していた。

第5章では、アンケート結果や「憧れ」や「親近感」などのキーワードを基にファッション誌が若者に与える自己表象の像がどのように変化したかを考察した。その結果、次の2点が明らかになった。まず1点目が「好かれる自分」になるための装いから「好きな自分」になるための装いに変化していることであった。2点目は、この変化の背景には、女性の働き方の改革や女性の社会での地位の向上などのライフコースが密接に関わっているということであった。女性は社会の変化に適応するかのように戦略的に自己表象を使い分けている。