

日本のファッション雑誌や女性の自己像への影響

Japanese Fashion Magazines and their Effect on Women's Self Image

ロウ アディラ Adila Loh

82-372: Advanced Japanese II

1. はじめに

このプロジェクトでは、「日本のファッション雑誌は女性の自己像にどう影響しているか」という質問について書きたいと思う。私は元々日本のファッションにすごく興味があったからこのトピックを選んだ。中学生の私が初めて日本のファッション雑誌を買った時から日本の女性が一生懸命おしゃれをしている姿にずっと憧れた。そして、初めて東京に行った時も、周りの女の子が雑誌のモデルさんみたいに髪型から爪までおしゃれにしていた。決して、一人もすっぴんな子はいなかった。これを見て私はすごく感動した。しかし、その後友達と一緒に渋谷109に買い物に行った時に、すっぴんで適当なTシャツを着ていた友達がトイレでおしゃれな子たちに笑われた。その時に日本ではいつでもおしゃれをしていなくてはならないのだというプレッシャーを、改めて肌で感じた。

日本人は他の人の目をすごく気にするのだと聞いた。確かに、自分の渋谷109の経験を考えたら、その気持ちを理解できた。おしゃれにしないと、周りの人に笑われてしまうと日本人は思っている。なので、どんな細かいことでも、日本人はおしゃれのためにもすごく努力している。そして、日本の女性はさらにおしゃれの義務を感じる。他人の意見を気にしすぎて、雑誌やメディアがその弱点をうまく使って、商品を買わせるために女性の自己像をコントロールしている。もちろんアメリカや他の国でもこの戦略があるけど、日本の社会は個人主義よりも、集団主義寄りなのでメディアが女性をコントロールしやすい。

2. 日本のファッション雑誌が与える女性の自己像の影響

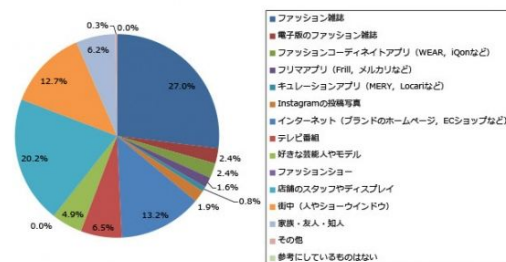
2-1. 日本のファッション雑誌に書いてある理想な女性のイメージは何か

アメリカや色々な国と同じく、日本のファッション雑誌は女性を自分が足りないを思わせるように無理な理想の女性のイメージを出している。その雑誌を読んでいる女性は足りない自分を直すために、商品を買わせていて、雑誌のいうことにコントロールされている。この無理なイメージはどここの国でもあると思うが、日本の場合はさらに無理だと思う。例えば、日本では白人やハーフのように見えることが流行っている。メイクの商品が「外人風！」や「ハーフシリーズ」などのスローガンを使って売られている。雑誌も「誰でもできるハーフ顔の作り方！」みたいな見出しをよく使っている。しかし、このハーフ風ルックをできるのはかなりお金や時間がかかる。髪の毛を染めないといけなしいし、カラーコンタクトを使って瞳の色や大きさを変えないといけなしいし、二重を作るためにグルーやテープを使わないといけなしいし、鼻が高く見えるようにノーズシャドウも塗らないといけなしい。ものすごく大変なプロセスなのに日本の女性は毎日これを行っている。

次のデータは日本の女性が、自分のファッションについて何を参考にしているかというアンケート結果である。これを見るとファッション雑誌の影響力が大きいのがわかる。

ファッションについて最も参考にするもの (n=371) **Fastask**

- Q3 あなたは、Q2で選んだもののなかで、最も参考にしていてるものは何ですか？あてはまるものを1つだけお選びください。



2-2. 日本とアメリカのファッション雑誌の違い

アメリカ人に比べると、日本人はかなり雑誌やメディアに影響されていると思う。なぜそう思うかというと、普通のアメリカ人は美容院で待っている時以外にファッション雑誌を読まないが、日本人はコンビニでいつも買えていつも読んでいるからだ。しかも、雑誌の内容を見ると、アメリカの雑誌は一般人に向けてない気がする。中流階級の人が見える服より、ランウェイファッションやパリとミランのファッションウィークなどの千ドル以上の服が雑誌に紹介されている。しかし、アメリカと違って、日本のファッション雑誌は普通の女性に向けている。雑誌に書いてある服は全部109などの中流の店で買える服だ。それで、日本のファッション雑誌では色んなメイクやヘアアレンジのチュートリアルが書いてあるが、アメリカの雑誌にはこれがない。日本の雑誌の方が一般人に向けているので一つ一つおしゃれのやり方を教えている。中流に向けてないアメリカの雑誌はこの初心者レベルのおしゃれを教える必要がない。そして、日本では「読者モデル」ということがある。読者モデルというのは、渋谷や原宿の街角でスカウトされて雑誌のモデルになった女性だ。モデル業界に関係なく、普通の可愛い女の子だ。この読者モデルを見て、日本の女性は自分に関連付けることができる。

また、アメリカの女性と違って、日本の女性は毎月自分の好きなファッション雑誌を買って読む。そのせいで、メディアのいうことに敏感になって、どんどん商品を買わさせている。

2-3. メディアの影響はどのくらい強いのか

アメリカと違って、日本ではおしゃれにしないといけない環境がある。日本人は他人の目にすごく気にするので、おしゃれにしないとみんなに笑われてしまうと思っている。日本の雑誌はこの考え方を上手に使って、商品売っている。しかし、そもそもな

ぜこの考え方は日本でそんなに強いのかというと、それは日本の社会は集団主義寄りだからだ。集団主義な社会では、自分のことより、グループのことを大事にしないといけないので、個性ということは歓迎されていない。なので、日本人は特にグループと同じになりたいと思っている。これはおしゃれにも関係がある。アメリカみたいな個人主義な国では女性は自分がやりたい時だけにおしゃれにっていて、そしてやる気がない時に適当な服を来て普通にスッピンで出かけて、マイペースで生きている。しかし日本みたいな集団主義な国ではそういう自由がない。もし日本の女性はアメリカの女性のようにマイペースで生きたら、それは自分の方を先に思っている証拠だから、集団主義では歓迎されていない。毎日頑張って周りの女性みたいにおしゃれにしないといけないと日本の女性は思っている。そしてさらに、日本のファッション雑誌は無理なイメージを押し付けて、「こうしないとだめだよ！」というメッセージを出して、他人の意見を気にする日本人はそのメッセージを無視できない。結果として、おしゃれのスタンダードが上がって、日本の女性はどんどんそのスタンダードを合わせないといけない。

3. 結論

日本の女性の自己像はファッション雑誌によって作られていると私は考える。先に女性の中にオリジナルの自己像があってそれをファッション雑誌がフォローするという形ではなく、雑誌のほうに先に「これがおしゃれです」「これをしなくてはおしゃれではありません」「ここまでするのが当たり前です」とメッセージをすりこませている。それを読んだ女性がそれに納得するとともに、「もともと私もこういうおしゃれを目指していたんだ」「これがわたしのオリジナルの自己像に近い」と、錯覚してしまうのだ。

もちろんファッション雑誌が世の中のおしゃれをリードするというのは、日本だけではなくほかの国でも、少なからずあることだ。しかし先ほども述べたように、集団主義

の日本ではこの雑誌の影響力が広まりやすい。雑誌に書いてあることを、すべてその通りにするのではなく、自分を取り入れたいところだけを取り入れて、自分なりのおしゃれを作っていくのが一番理想だと思う。「みんながおしゃれにするから」「雑誌に書いてあるから」「おしゃれはしなくてはいけないから」という強迫観念にかられた自己像作りは、結局自分たちを苦しめるだけではないだろうか。女性に求められるのは、正しく情報を選択して、無理をしないおしゃれを楽しむことだと私は考える。

参考文献

POPTEEN雑誌2015年11月

JELLY雑誌2015年9月

<http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000121.000007597.html>