

平成 22 年 2 月 23 日現在

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2007 年度～2008 年度

課題番号：19520282

研究課題名（和文）

ディケンズとギッシングの小説における階級意識表象としてのインテリアの分析

研究課題名（英文） A Study on the Representations of Interior Decoration in Dickens' s and Gissing' s Novels as signifier of the Middle Class Consciousness

研究代表者 三宅 敦子

研究成果の概要：

本研究では Charles Dickens と George Gissing の小説に見られるミドルクラスのインテリア表象を、19 世紀の有力な美術雑誌 *Art Union: A Monthly Journal of Fine Arts* (1839-1848) とその継続誌 *Art Journal* (1849-1912) に見られるインテリア関連の記事と併せて比較検討した。ディケンズの小説に見られるミドルクラスのインテリア表象は「もの」の集積であることが多い。一方ギッシングの小説ではそれが空間として捉えられており、かつ Lower middle class の登場人物の渴望の対象となっていることが多い。Dickens が活躍した時期がミドルクラスにとってインテリアに関する自分たちの趣味を確立する過程と重なる一方で、Gissing が活躍するころにはミドルクラスのインテリアという概念が確立し、大量消費時代の到来という状況下で、Upper middle class への参入を希望する Lower middle class にとって到達の対象と考えられたという文化史的文脈と併せて考えると、インテリアをテーマとして両作家間に系譜学的繋がりを見ることができる。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2007 年度	1,800,000	540,000	2,340,000
2008 年度	700,000	210,000	910,000
年度			
年度			
年度			
総計	2,500,000	750,000	3,250,000

研究分野：

科研費の分科・細目：文学・ヨーロッパ語系文学

キーワード：英米文学、文化史、デザイン

1. 研究開始当初の背景

15 年ほど前にイギリス留学中に訪問したミドルクラス家庭ではインテリアについてのほめ言葉を暗に要求されるような場面に遭遇することが多く、イギリスにおいてはインテリアに階級的意味合いがあるのではな

いかという仮説を立てた。そう思ってイギリスの典型的な Sitcom (situation comedy) でありミドルクラス間の微妙な階級の差異を笑う *Keeping Up Appearances* を眺めてみると、Lower middle class と Upper middle class の家庭のセットには明らかにある種のパタ

ーンが見られる。その起源はどこまで遡れるのか？ミドルクラスという階級がイギリスに誕生し確立していくのは19世紀であるため、19世紀に出版されたリアリズム小説や雑誌記事を調査することで階級とインテリアの関連性を探れないかと考え、科研費若手研究(B)「ヴィクトリア朝イギリスにおける居住空間と階級意識表象との関係の分析」を申請・受給した(H16~18年度)。

この研究では、当時の英国ではインテリアに階級意識表象としての文化的機能が備わっていたこと、またその起源は1851年のロンドン万博まで遡れることが判明した。

また、1851年のロンドン万国博覧会を中心となって企画したHenry Coleらのグループが始めたデザイン改革(design reform)は、当時大陸のフランスやプロイセンよりも劣っているとされたイギリスの工芸品のデザインを高めることが当初の目標であったが、同時に新しく誕生しつつあったミドルクラスの趣味の向上も狙っていた。この趣味の向上運動はその後特に室内装飾という分野に関してさまざまな産業生産品に影響を与えたことにより、室内装飾が階級の指標として機能していくようになったことが判明した。

このような文化的背景のもとでCharles DickensやElizabeth Gaskellの小説を眺めてみると、確かに登場人物の階級を示すものとして、室内装飾の表象が活用されていることも判明した。

以上が今回の研究を実施するに当たっての背景である。

2. 研究の目的

<1. 背景>で言及した研究を踏まえて次のような仮説を立てた。

その仮説とは、「19世紀は激動の時代であったのだから、室内装飾における細かな志向の差異は安定したものではなく階級という社会のヒエラルキーが揺さぶりを受けつつ維持されていく過程において、変化しつつ機能していったはずである。そうであるならば、個別の作家の作品における室内装飾の表象を時系列に沿って並べてみれば、そこには文化史的な室内装飾の意味合いの変化と並行した変化が見て取れるのではないか」というものである。

小説内における室内装飾の表象の研究というのは、得てして個別の作品、一人の作家のみの範囲内に留まる、すなわち作品世界におけるその表象の意味の研究に留まることが多い。しかし小説というのはイギリス文学史においてはミドルクラス社会の勃興に伴って発展した文学形式であり、そこに見出せる表象は当時の文化的側面と何らかの形で連動しているはずである。この文脈のもとで異なる時代に活躍した作家のインテリア表

象を時系列で眺めれば、これまでは見過ごされていたような系譜的連続性を発見できるのではないかと考えた。

この問題をより具体的な形で解明するために具体的にはCharles DickensとGeorge Gissingという二人のリアリズム作家に焦点を当てた。二人が活躍する時代は19世紀半ばと後期で、50年弱の差がある。また広い意味で彼らの作品にはミドルクラスの生活が描かれているため、比較しやすい。彼らの作品の室内装飾の表象を比較・分析することで、それらが室内装飾の文化史的な流れの中に埋め込まれていることを実証することが、本研究の具体的な目的である。

3. 研究の方法

研究手法を要約すると次のようになる。

(1) 文化史的なインテリアの社会的意義の変遷をみるためには、二次資料だけでは不十分で一次資料が必要である。そこでその一次資料として本研究では当時の雑誌、とくに19世紀の有力な美術雑誌*Art Union: A Monthly Journal of Fine Arts* (1839-1848)とその継続誌*Art Journal* (1849-1912)に掲載された関連記事を分析した。研究初年度に後者の雑誌を全巻所蔵の早稲田大学中央図書館に計五回(10月、11月、12月、1月)、前者の雑誌に関してはその必要を認めたので、研究最終年度の4月に同じく全巻所蔵の実践女子大学図書館に出向き、「趣味」「美術教育」「インテリア(または室内装飾)」といったキーワードに関する記事を複写で収集・分析した。

(2) 若手研究(B)の成果において当時の広告の研究も非常に有効であることが判明したので、今回はArchive of Art and Designにある家具商のカatalogやBritish Library Newspaper Collectionに収蔵されている家具商専門雑誌に掲載された広告などを収集・分析した。

(3) 同時にCharles Dickens及びGeorge Gissingの作品でミドルクラスの生活の描写があるものを選びインテリアに関する表象を収集・分析した。収集した一次資料が膨大な量になりその分析に時間を要したため、本研究ではDickensに関しては1850年代、60年代に出版された*Bleak House*, *Hard Times*, *Our Mutual Friend*, Gissingに関しては1890年代に出版された*New Grub Street*, *The Odd Women*, *In the Year of Jubilee*に分析を限定した。

以上、これらの一次資料と小説におけるインテリア表象を比較・考察した。

4. 研究成果

研究結果は概ね前述の仮説のとおりであった。

イギリスでは 1851 年のロンドン万博を契機としてその前後から Henry Cole によるデザイン改革運動が起きた。それは工芸品におけるイギリスのデザイン力を高めようとするのが目的であったが、同時にそれはインテリアに関する趣味を規制する方向にも働く運動であった。しかしながらこの時点では趣味の向上は、個々の工芸品のデザインの向上に限られており、当初はミドルクラスの階級意識形成とはそれほど関連がなかった。このことは二次資料でも広く周知されている。

< 3. 研究の方法 > で言及した美術雑誌全巻分のデザイン改革および美術教育関連記事を詳細に分析したところ、以下のような文化史的变化があることが判明した。①創刊当初の記事では工芸品製造業者の教育（デザイン面及び道徳面）が重要視され②インテリア全体ではなく、むしろ個々の工芸品のレベルで美しいものを生み出すことが重要視されたが③徐々にコマースリズムとホームデコレーションという概念が登場することで④1870年代にはトータルコーディネイトとしての室内装飾という概念に変化するという流れである。

興味深いことだが、1810年開業で *Bleak House* の月間分冊版に広告を掲載していたベッドメーカーである Heal and Son の広告カタログにも同じ流れが見て取れる。図 1 は 1854 年のカタログ掲載の図絵だが月刊分冊版の *Bleak House* の裏表紙に掲載されていたものと同じベッドフレームのみの広告である。



(図 1)

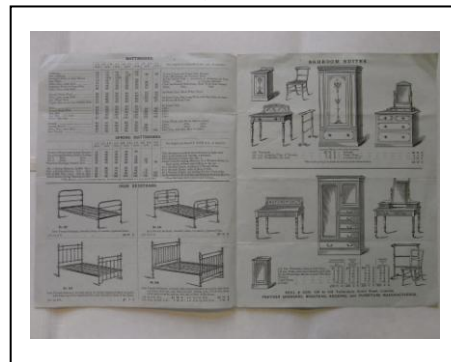
のちにこの会社は様々な種類の家具を扱うようになる。図 2 はそれらの図絵が掲載された 1859 年発行のカタログである。

(図 2)



ここでは違ったデザインの椅子が「椅子」というカテゴリーでまとめられているが、これが 1880 年代に入ると同じ部屋で使うという基準のもとにセット化されている。図 3 は 1885 年のカタログに掲載のものである。

(図 3)



これが 1890 年代に入るとセットに名前がつくようになり部屋に設置した状態で描かれるようになる。(図 4) は The Kingswear Suite という名前である。

(図 4)



このような流れを念頭において Dickens と Gissing の小説を考察した。まず Dickens が 1852 年から翌 1853 年に連載執筆した *Bleak House* は、今見たように、その裏表紙にこのような家具の広告がほぼ毎号に掲載されていることから、物理的にも室内装飾とは切れない縁がある小説ということがで

きるが、そもそも舞台となる家の名前そのものが小説のタイトルになっていることは注目に値する。ここでは Jellyby 夫人邸、Dedlock 卿夫妻邸および主人公 Esther が厄介になる Jarndyce 氏の住宅である荒涼館 (Bleak House) の 3 つの館が登場する。これらの住居の描写には 1851 年のロンドン万博で話題になった姿見や椅子、テーブル、扉など家具の集積としてインテリアが表象される (参考: 論文 1)。これらの表象とロンドン万博の展示、またそれに関する雑誌記事を比較検討すると、類似性がある。ロンドン万博では数え切れないほど多くの工芸品が本国イギリスはもとより、デザイン先進国フランスをはじめとする大陸のヨーロッパ諸国、アメリカ、果ては大英帝国の一員であったインドから一つ屋根のものに集められていた。Bleak House に初めて足を踏み入れた Esther はその様子を表すのに、そこにある家具や壁紙などを列挙するが、Dickens は “a Native-Hindoo chair” という表現で同じようにインドからの家具を忘れずに加えている。ここではそれらを集積できる能力の有無それ自体がミドルクラスの一員であることを示していると言える。

また *Bleak House* から約 10 年後に出版された *Our Mutual Friend* (1864-65) には、上記の雑誌分析で得られた①②の考え、すなわち工芸品の美しさは製作者である職人の道徳の高さを反映しているという考えに基づいた発言をする登場人物が現れる。この小説には Eugene Wrayburn という法廷弁護士が登場するが、彼は身の回りの「もの」が自分の道徳的側面に影響すると信じている。影響の方向性としては逆であるが、万博が「よい」ものを見ることにより趣味向上というミドルクラスの教育を目指したことを考えると、これも当時のミドルクラスにとっての「もの」の文化史的意味合いが反映されていると言える。

このように 1850 年代、60 年代においては「もの」とそれにかかわる人間の道徳性の関連、「もの」の集積としてのインテリアという表象の仕方が、雑誌記事とディケンズの小説に共通している。

ところが 1890 年代のギッシングの小説ではインテリアは空間として認識され表象される (参考: 学会発表 1)。まず個々の「もの」が名指しされるのではなく、家具 (furniture) という集合名詞が頻出する。*The Odd Women* (1893) では女性にとって家具を買うという行為が自立への一歩とされていたり、家具に固執し趣味のよいインテリアデコレーションを施した家で女性の気を引き結婚しようとする紳士 Widdowson や対照的に家具の所有に全くこだわらない Everard という登場人物が配置されている。*In the Year*

of Jubilee (1894) では Upper middle class の男性と秘密裏のうちに結婚した主人公 Nancy Lord は同居が許されない夫 Tarrant 氏の下宿を訪れその内装を見て身分の差を認識する、などインテリアが階級の指標となる空間として表象されている。

同時代の雑誌記事を見ると、同じことが言える。1887 年の Jubilee を過ぎた頃から *Art Journal* では王宮の居住空間が挿絵入りの連載記事で紹介、その後は著名人の邸宅が紹介されるなど、インテリア表象が空間的なものへと移行している。上記の *Heal and Son* のカタログにおいてもそれは明瞭である。このカタログと同じような家具類をセット化し名づけるという行為は、当時の家具商向け専門雑誌の広告にも見られる。

このように両作家の作品をインテリアをテーマに文化的文脈において眺めてみると、両者の表象が当時のインテリアをめぐる言説とネットワーク化されうるものであることが判明した。

このような室内装飾およびインテリアの表象は個々の作品においては大量に存在するものではなく、作品研究という形においては見過ごされやすい箇所でもある。しかしながら、その僅かな表象を集積して分析し、当時の文化史的概念と比較検討すれば、作家という存在がいかに自分たちを取り巻く文化的言説から逃れられずにいるのかということにも気づく。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計 1 件)

- ① 三宅敦子, *Bleak House* における家具と万博のインターアクティブな関係, 西南学院大学英語英文学論集, 第 49 巻 1・2・3 合併号, 1-23. 2009. 査読無

[学会発表] (計 1 件)

- ① “A Network of Discourses on Art Education and Interior Decorations from the 1840s to the 1890s: The *Art Journal*, Charles Dickens, and George Gissing” (2009 RSVF Conference, Univ. of St. Thomas, Minneapolis, USA. 22 August 2009)

6. 研究組織

- (1) 研究代表者
三宅敦子 (ATSUKO MIYAKE)
西南学院大学・文学部英文学科・准教授
研究者番号: 10368970

(2)研究分担者
該当なし

(3)連携研究者
該当なし