



十九世紀イギリスにおける室内装飾の社会的意義と 小説表象

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2024-02-06 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 三宅, 敦子 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24729/0002000300

氏 名 三宅 敦子

学位の種類 博士 (文学)

学位授与年月日 2023年3月31日

学位論文名 十九世紀イギリスにおける室内装飾の社会的意義と小説表象

論文審査委員 主査 田中 孝信

副査 豊田 純一

副査 白田 由樹

学位論文の要旨

本論文は、序論、第1～5章および結論の7章で構成されている。

序論では、19世紀イギリス室内装飾に関する先行研究と比較して、本研究の独自性や研究射程が論じられる。1990年代以降2010年頃までのイギリスでは、19世紀イギリス人家庭の室内装飾文化を対象とする、文化研究と文学研究を融合した学際研究が進んだ。筆者は、英米の室内装飾を論じた英米の研究者による先行研究の多くが、ジェンダーという視点に立った研究であると指摘する。そのうえで筆者は、これらの先行研究に欠けている〈趣味 (taste)〉という視点を導入することで、新たな知見が得られると主張する。この主張の根拠として、筆者は〈趣味〉という観点からフランス室内装飾を論じた、リオーラ・アウスランダーによる先行研究『趣味と権力——近代フランスを装飾する』(1996)を挙げる。

本論文は、中流階級(ミドル・クラスの和訳語)が支配的社会勢力になるヴィクトリア朝イギリス社会で、〈趣味〉がフォーコーの言う権力として作用し、階級制度に根ざした室内装飾文化形成の鍵となったと同時に、室内装飾への関心が、小説においては室内装飾を登場人物の内面表象として描くという、一つの文学的手法として結実したという仮説を出発点としている。本論文は、19世紀イギリスで活躍した作家、チャールズ・ディケンズ、ジョージ・ギッシング、そしてヘンリー・ジェイムズの小説に見られる室内装飾表象を、当時の文化的文脈で学際的に分析することで、この仮説の立証を目指す。

第1章は四つの節から構成される。第1節は19世紀イギリス文化史の主要先行研究の概観についてである。イギリス文化史は、時代の全体像の描写を目標とした研究から出発し、労働者階級やカルチュラル・スタディーズへ

の関心を経て、日常生活の文化を研究対象に含むようになった。家庭空間を研究対象としたイギリス文化史研究はこの延長線上にある。〈趣味〉に着目する本研究と親和性が高く、それゆえ本論文で援用されるフランスの社会学者ピエール・ブルデューの基本的概念である「ハビトゥス」と「卓越化」は、室内装飾と中流階級アイデンティティ形成を関連づける本研究を支える理論的枠組みとしてここで言及される。

第2節で筆者は、中流階級が19世紀を通して常に流動的かつ定義の難しい階級で、階級内の微妙な差異が意味を持つ階級であったと論じる。この特徴を持つがゆえに中流階級は、階級アイデンティティ形成の過程で、独自の階級指標となる価値観、つまり信仰とも呼ぶべき家庭生活の重視と社会的体面の維持を強調したことが、続く第3節で論じられる。中流階級は、不道德とみなされていた貴族階級との差異化を意識し、19世紀初期に福音主義への傾倒を強めた。それにより家庭生活の重視と社会的体面という価値観を前面に出し、本質的には異質な人々の集団である中流階級を一枚岩と見せることに成功した。福音主義に影響された男女の領域分離は家庭空間、ひいては家具のジェンダー化につながり、家庭生活に対する信仰ともいえる態度はイギリスのみならずアメリカでも共有された。

第4節は、居住空間を住人の属性が反映された空間として読み解いた、著名な思想家たちの先行研究を概観する。20世紀の思想家ヴァルター・ベンヤミンのいう19世紀フランスの室内に遺された痕跡は、19世紀のアメリカ人作家エドガー・アラン・ポーによる「室内装飾の哲学」では、家具選びの〈趣味〉として認識されている。20世紀の思想家ジャン・ボードリヤールは、西洋文化はアイデンティティ構築のために物を必要とすると主張した。ポーやブルデューが階級弁別の指標と指摘する〈趣味〉を鍵として、19世紀イギリス室内装飾と社会階級との関連性構築の過程を探る本論文は、現代、特に20世紀のイギリス中流階級と室内装飾文化との関係を理解する上でも有益な研究である。

五つの節から構成される第2章では、1851年開催のロンドン万博とヘンリー・コールによるデザイン改革との関係が分析される。デザイン改革の主眼は、中流階級の階級指標としての装飾の原則となる「よき趣味」(taste)をキーワードとした、デザイン理論の構築とその普及である。まず第1節で筆者は、ロンドン万博が19世紀イギリス文化の諸相を表象していることを論じる。次に第2節では『イラストレイティッド・ロンドン・ニュース』の記事を分析し、国家先導による芸術促進と労働者階級の芸術性向上により、国民の〈趣味〉の改善とイギリス製品の輸出力強化を目指す目的で、ロンドン万博が開催されたことを論じる。第3節では、ヘンリー・メイヒューによるロンドン万博諷刺小説『1851年——「楽しむ」ためとロンドン万博を見るために、ロンドンにやってきたサンドボーイズ夫妻とその家族の冒険物語』(1851)が分析され、小説の二つの構成要素である語り手と登場人物が、ロンドン万博の賛否両論を表象していることが論じられる。メイヒューは小説の語り手の口を通して、ロンドン万博を労働賛美の場であり労働者階級に対する〈趣味〉の教化の場でもあると主張すると同時に、言葉では説明しがたい〈趣味〉の教化手段として博覧会という展示形式の有効性を説いている。しかしながら、主人公一家は製造業に従事しない小地主一家という設定で、一家の誰一人として万博を〈趣味〉の学びの場とせず帰郷するという筋書きが、語り手の主張を裏切っていることを、筆者は第4節で論じる。続く第5節ではロンドン万博の展示物が、コールが着手したデザイン改革の一翼を担っていたことが詳述される。コールはロンドン万博開催に先立ち、デザイン改革の気運を高め世論を形成するために、『デザインと製品のための雑誌』(1849年3月～1852年2月)を創刊した。この雑誌の特徴は、織物や室内装飾品のデザインのみを扱い、実物生地見本が挿入されている点にある。コールはこの雑誌の読者として、製造業者である労働者階級と購買者である中流階級をともに念頭に置き、両者の〈趣味〉

の教化の必要性を説いた。コールが説いた「よき趣味」は、美的判断と道徳性が一体となったイデオロギー的理論であった。

第3章は再び文学作品を論じる。第1節ではディケンズ著『ハード・タイムズ』(1854)の冒頭に登場する「三人目の紳士」とグラッドグランド氏との室内装飾をめぐる会話が、コールがイギリス国民への普及を目指した「よき趣味」の諷刺であることが論じられる。第2節では、〈趣味〉についての思想史的立場、かつデザイン改革についての歴史的立場からの先行研究に言及しつつ、「よき趣味」というデザイン理論と功利主義の関連性が論じられる。第3節は、ロンドン万博終了後に展示物を集積し開館した装飾製品博物館が、ディケンズ主宰の雑誌『ハウス・ホールド・ワーズ』に掲載の小話「恐怖の館」(1852)で、喜劇的に諷刺されていることを分析する。第4節では、ディケンズの書簡と伝記に反映された、ディケンズ自身の室内装飾に対する関心が分析される。ディケンズの室内装飾への関心は高く、後続の第4章で言及される、室内装飾品が人間の道徳性に影響を与えるという倫理物質主義の影響を受けていた。第3章に話を戻すと、第5節で筆者は、『荒涼館』(1852-53)の家具描写を同時代のロンドン万博の諷刺絵本と比較することで、家具の擬人化という手法がディケンズ独自のものとはいえないと論じる。そして、ロンドン万博との関連における『荒涼館』についての先行研究では着目されていない脇役の登場人物スキンポールの発言を、グロテスク性を否定する「よき趣味」とロンドン万博で展示されたグロテスクな家具という文化的文脈で分析し、スキンポールの発言がロンドン万博諷刺ととれることを論じる。また、後続の第4章で分析される家具商ヒール・アンド・サン社のグロテスクな寝台の広告が、分冊版『荒涼館』の裏表紙に掲載されたことにも言及される。

第4章は、ヴィクトリア朝後半に出版された室内装飾指南書の分析を中心に、デザイン改革の審美改革への変質を論じる。第1節では、コールと共に「よき趣味」の国民への浸透を目指したりチャード・レッドグレイヴの退任後、装飾に芸術という視点を取り戻そうと考えた王立芸術アカデミー出身の人物の台頭や、ヨーロッパ全域における応用芸術の興隆により、イギリスの室内装飾にも芸術的視点が導入されたことが論じられる。第2節では、ヴィクトリア朝後半に英米で流行した「家庭芸術文獻」と、インテリア・デザイン産業の誕生が言及される。第3節では、チャールズ・ロック・イーストレイク著『家庭におけるよき趣味についての手引書』の1869年の第二版と1878年の第四版の序文の比較分析を通して、室内装飾が徐々に道徳性から切り離され審美的なものへと変質したことが論じられる。その状況において、「よき趣味」というデザイン理論構築の際に、棚上げされた審美能力の有無の問題が再度表面化した。室内装飾の審美改革は、ラスキンやワイルドなどの思想的側面を担った思索家と、具体的な情報を製造者や消費者に提供した審美改革者たちの両輪により、対位的に促進された。第4節では、W・J・ロフティ編著「家庭の芸術」シリーズ(1876-83)が、イーストレイクの指南書と比較して分析される。イーストレイクの指南書が室内装飾を芸術とみなしたのに対し、当初より下層中流階級も読者と想定したロフティの指南書は、室内装飾を後日に金銭的価値を生み出しうる投資とみなし、下層中流階級の虚栄心をくすぐった。本節ではロフティの指南に批判的な月刊誌の記事も併せて分析することで、室内装飾を財産的価値と結びつける考え方や、あくまで芸術ととらえる考え方が、19世紀末にかけて併存したことが論じられる。第5節はロフティの「家庭の芸術」シリーズのもう一つの特徴である、プロフェッショナル化する女性室内装飾業者の登場とその文化的背景を論じる。特にローダ・ギャレットとアグネス・ギャレットは、女性解放運動との関係のみならず、次の第6節で論じられるパーソナリティの表象としての室内装飾を目指した点でも重要な指南書執筆者であった。第6節では1870年代以降の室内装飾をテーマとした雑誌記事の分析により、室内装飾には所有者の個人的特徴が反映されるべきという新たな

な考え方が、この時期に登場したことが明らかにされる。デザイン改革は室内調度品のデザインに着目したが、審美改革は室内調度品をまとめて室内装飾にとらえ、個人的特徴を反映させた統一感のあるインテリアと呼ぶべきものを理想とした。室内装飾概念のこの変遷を、第3章で言及された『荒涼館』の月刊分冊版裏表紙に挿絵広告を掲載した家具商ヒール・アンド・サン社の挿絵入り家具カタログの分析により、視覚的にとらえた節が第4章最後の第7節である。

第5章で分析の対象は再び文学表象へと移行する。第1節で論じられるギッシングの小説『余った女たち』(1893)では、登場人物エドモンド・ウィドソンとその妻モニカの家父長制に基づく夫婦関係が、デザイン改革の影響が見られる室内装飾を好むというウィドソンの特徴付けにより表現されている。ウィドソン夫妻とは対照的で、円満なトマス・ミクルスウェイト夫妻の家庭の室内装飾は、夫人の個人的特徴が反映されたインテリアである。ギッシング自身が人間の愚かさを諷刺した展覧会であると述べた、小説『女王即位五十年祭の年に』(1894)を分析対象とする第2節では、結婚により下層中流階級から抜け出したいという主人公ナンシーの願望や、夫となる上層中流階級出身のライオネル・タラントとの夫婦関係が、第4章で論じた、審美改革の影響を受けた室内装飾で表象されていることが論じられる。『女王即位五十年祭の年に』でギッシングが諷刺した19世紀末の審美主義は、続く第3節でギッシングの伝記的側面から論じられる。ギッシングは1880年代には審美主義に熱中したが、1890年代には審美主義への関心を失った。筆者はここで、ブルデュー理論の鍵となる〈趣味〉と美学との関係を論じたマルコム・クイン編著『永続する趣味——ブルデュー後の芸術、美術館そして日常生活』(2018)から引用しつつ、第4章で論じた審美改革はいわば〈趣味〉の大衆化であり、この過程においてデザイン改革で棚上げされた審美能力の有無が、階級ではなく個人と結びつくようになったと論じる。

審美能力の有無を中心的主題とした小説が、第4節で分析されるヘンリー・ジェイムズ著『ポイントンの蒐集品』(1897)である。芸術的価値の高い蒐集品を受け継ぐべき相続人は誰であるべきか、という問いが焦点化されるこの小説では、蒐集品の美的趣味を理解する能力を持つ蒐集品の所有者ゲレス夫人と主人公のフリーダと、その能力が無く蒐集品を金銭的価値のある財産とみなすゲレス夫人の息子の婚約者モナが対立的に描かれる。この特徴付けに、第4章で分析した、家庭芸術文献の影響や勃興するインテリア・デザイン産業という文化的背景の影響が見られること、そして、その文化的背景を登場人物たちの台詞に巧みに織り込むジェイムズの文学的技量が論じられる。第5節ではジェイムズの美的経験をめぐる伝記的側面に着目し、心理学と生理学の影響を受け変容しつつあった、当時の審美学の中心にいたヴァーノン・リーやクレメンタイン・アンストラザー＝トンプソンとジェイムズとの関係が紐解かれる。そしてその交流が『ポイントンの蒐集品』執筆以降に、〈印象〉を鍵とし小説を家に喩えたジェイムズの文学理論へと発展したことが論じられる。

以上の分析と議論により導き出された本論文の結論は、以下のとおりである。19世紀半ばにデザイン改革が普及を目指した「よき趣味」に基づく室内装飾は、中流階級が従うべき装飾の指標として確立された。中流階級の指標となった「よき趣味」を反映した調度品への関心は、19世紀末にかけて審美改革の影響を受け、室内装飾に個人的特徴を反映することで、パーソナリティの表象となったインテリアの誕生をうながした。このような変遷を遂げた室内装飾文化は、家具を焦点化したディケンズの室内装飾表象や、パーソナリティの表象となったインテリアを登場人物の特徴付けに用いたギッシングの室内装飾表象と、密接に結びついていた。審美主義の思想的影響をより強く受けたジェイムズは、審美改革によって焦点化された〈趣味〉という審美能力の有無を小説の主題とし、小説

の近代化に貢献した文学理論を生み出した。本論文はこのように、階級指標として確立された 19 世紀イギリス中流階級の室内装飾文化が、同時代の小説という文学形式自体の変質にも大きく関わっていることを論じた。

論文審査結果の要旨

イギリス人、特に中流階級の家庭に招待されると、しばしば家や家具調度品、さらには部屋の至るところに飾られた置物の自慢話が始まる。また、自慢話の中で「ヴィクトリア朝の」という言葉がよく使われる。論者はその体験から、彼らは一体何に促されてそうした行為に及ぶのだろうかと考え始めるようになる。そして、この疑問は、ヴィクトリア朝小説に室内装飾が頻りに描かれるのは確かだが、それは個々の作家や作品に限定的なものなのか、それとも文化史的背景と深く関連するものなのか、という問題意識に発展したのである。それを端緒に長年の研究の成果としてこの度上梓された本論文は、室内装飾を対象とした従来のイギリス文化史および文学研究では、ほとんど着目されてこなかった〈趣味 (taste)〉をキーワードに、系譜学的な観点からの分析によって、室内装飾の文化的背景と文学表象の関係性を探る新たな試みなのである。

本論文は、序論、第 1 章～第 5 章、結論から成る。

まず序論で、19 世紀イギリスの室内装飾に関する先行研究を概観した上で、本論文の独自性と研究射程が提示される。論者は、近年の英米の室内装飾研究はジェンダーの視点に限定されがちであると、室内装飾を決定する基準としての〈趣味〉の視点が欠けていると主張する。その論拠として、〈趣味〉をキーワードとして室内装飾と社会階級との関連について論じたリオーラ・アウスランダーの研究書『趣味と権力——近代フランスを装飾する』(1996)を挙げる。それをもとに、〈趣味〉がミシェル・フーコーの言う「権力」として作用し、室内装飾が 19 世紀後半の勃興する中流階級の社会的アイデンティティ形成と強く結びついたのでないかと問題提起する。

第 1 章は 4 節から成る。第 1 節で論者は、中流階級家庭の室内装飾の文化的意義とその変遷を分析するための方法論的枠組みとして、〈趣味〉に着目する本研究と親和性が高く、それゆえ本論文で援用されるフランスの社会学者ピエール・ブルデューの基本概念である「ハビトゥス」や「卓越化」に言及する。続く第 2 節と第 3 節では、研究対象となる中流階級を流動的で定義の難しい集団と捉え、その分まます文化的・政治的アイデンティティの獲得が不可欠であったとする。家庭を重視する彼らにとって、その所属獲得指標となったのが居住空間と室内装飾であり、それによって他階級との差異化を図ったと述べる。第 4 節は、居住空間を住人の属性が反映された空間として捉えた思想家の先行研究を概観する。ヴァルター・ベンヤミンは、室内はそこに「住む人の痕跡」を追求できる場と位置づけ、エドガー・アラン・ポーは「痕跡」を家具選びのセンスや〈趣味〉と表現する。特に論者は、ポーが行ったのは、当時のアメリカの室内装飾に関する「ハビトゥス」の分析であると、ブルデュー理論との比較検討に基づいて指摘する。

5 節から構成される第 2 章は、1851 年開催のロンドン万博とヘンリー・コールのデザイン改革との関連性について論じる。第 1 節と第 2 節では、万博がイギリスの室内装飾文化に大きな影響を及ぼしたイベントであったことが、『イラストレイティッド・ロンドン・ニュース』(1842-2003)紙の分析を通して明らかにされる。論者は万博の目的として、国家による国民への「よき趣味」の教化、国民の道徳性の向上など 4 つを挙げる。第 3 節と第 4 節では、これまで等閑視されてきた、ヘンリー・メイヒューのロンドン万博諷刺小説『1851 年』(1851)が論者の鋭利な

分析の俎上に乗せられる。そして、この作品には、『イラストレイティッド・ロンドン・ニュース』と同じく万博を肯定的に評価するジャーナリストとしての視点と、万博の理想と現実との乖離に諷刺の眼差しを向ける小説家としての視点とが共存しているという分析結果が導き出される。続く第5節では、万博の展示品がデザイン改革の一端を担っていたことが、コールが万博に先立って出版した『デザインと製品のための雑誌』(1849-52)の分析を通して明らかにされる。この雑誌の特徴として、驚くべきことに実物生地見本が付けられていたことが挙げられ、そうした雑誌の出版によって彼が目指したのはデザインの理論化であり、デザインの良し悪しを判断する基準は道徳性であったと述べられる。なお、この雑誌を研究対象として取り上げ、その成果をヴィクトリア朝雑誌研究の国際学会で初めて発表したのが論者だったことを付言しておく。

第3章は5節から成り立ち、第1節ではチャールズ・ディケンズの『ハード・タイムズ』(1854)が取り上げられ、作品冒頭に登場する「三人目の紳士」のモデルがコールであることを証明した上で、作品が彼と彼を中心としたデザイン改革を諷刺していることを精緻な分析によって詳らかにする。第2節ではデザイン改革と功利主義との関係を探る。デザイン改革は、それ以前から続くイギリス芸術教育改革の一環であったとし、その系譜を辿った上で、コールの改革が国家の介入による芸術教育と階級をめぐる伝統的な議論の枠内で発生したものであることを明らかにする。そして、マルコム・クインの『十九世紀英国における功利主義と美術学校』(2013)に依拠しながら、芸術や(趣味)の理解および普及と、国家および経済との関係を考察する。第3節では、コールの開発した芸術教育方法、すなわち、博覧会や美術館・博物館を国民に対する教育機関と位置づけて「よき趣味」の普及を試みる方法が、ディケンズ主宰の週刊誌『ハウスホールド・ワーズ』(1850-59)に掲載された「恐怖の館」(1852)という、これまでほとんど顧みられることのなかった小話で諷刺の対象となっていることを論じる。第4節では、書簡と伝記に反映されたディケンズ自身の室内装飾への関心が分析される。そこからは、フィクション上でデザイン改革を諷刺しつつも、私生活ではその影響を受けていたディケンズの二面性が浮かび上がってくる。第5節では、『ハード・タイムズ』がデザイン改革自体を諷刺の対象としたのに対して、『荒涼館』(1852-53)では室内装飾品そのものに諷刺の眼差しが向けられているとして、『荒涼館』における室内装飾品表象が検討される。従来、『荒涼館』は万博とほぼ同時期に出版されたにもかかわらず、万博は話題から締め出されていると考えられてきたのだが、論者は、『荒涼館』のテキスト内部にも万博への言及は存在するとして、万博の展示部門の一つであった室内装飾品に着目し、当時の室内装飾をめぐる文化的言説の中でテキストの室内装飾表象を分析する。そこから見えてくるのは、テキスト中の室内装飾品は擬人化され、人間に使われる道具という人と物との主従関係が逆転し、人間の生活を高いところから俯瞰しているということだ。そのとき家具は実用品から展示品となる。それも、家具はその装飾面において、デザイン改革が排除しようとしたグロテスク性を帯びているのである。これがまさに万博の実態だとして、ディケンズは、グロテスクな登場人物スキンプールの言動を通して諷刺するのである。ディケンズ自身は空想と結びつくグロテスク性を決して否定せず、それどころか、彼自身の文学の重要な要素の一つであった。それゆえ余計に、デザイン改革に否定的な態度を取ったのだと推断できる。さらに、『荒涼館』の月刊分冊の裏表紙に掲載された家具商ヒール・アンド・サンスの宣伝にもグロテスクな寝台が載せられていたことが指摘される。そこから、デザイン改革の目指す理想と現実との乖離を窺い知ることができる。

7節から成る第4章は、19世紀後半に出版された室内装飾指南書である「家庭芸術文献」の分析を通して、デザイン改革から審美改革への変遷を辿る、本論文の大きな節目となる章である。まず第1節ではデザイン改革の終焉を、欧米での応用芸術の興隆等、大きく3つの原因に探り、第2節ではこの変化を顕著に示す現象としての家庭芸

術文献の出版とその4つの特徴、例えば、読者への既製の室内装飾品に関する研究の奨励などを論じる。続く第3節では、こうした家庭芸術文献の中で大きな影響力を発揮したチャールズ・ロック・イーストレイクの『家庭におけるよき趣味についての手引書』(1868)が取り上げられる。論者は、この書物の序文を分析対象として、イーストレイクの出版目的を探る。1869年の序文で使用されている「審美改革」「美術通」「画趣」等の表現に着目して、彼が、「よき趣味」というデザイン改革で強調されていた道徳性ではなく、デザインの美的側面を強調していることを明らかにする。デザイン改革でいったん棚上げされていた、〈趣味〉のよさを理解できるかどうかの基準としての審美能力の有無が再度焦点化されたことになる。第4節ではW・J・ロフティの「家庭の芸術」シリーズ(1876-1883)が取り上げられる。論者は、イーストレイクと比較して、ロフティの指南書は、そのタイトルが示すように、「芸術」という言葉を使用し、デザインから美への関心の移行をより明確に反映していると述べる。もう一つの相違として、ロフティはイーストレイクよりはるかに明瞭に、芸術とは無縁な生活を送っている、膨張しつつあった下層中流階級を読者対象として想定していることを挙げる。デザイン改革が〈趣味〉の民主化とするならば、今や〈趣味〉の大衆化が起こったのだ。特に興味深いのは、両指南書の目次の比較から論者が、ロフティの指南書に「蒐集」という新たな項目が登場していることを発見し、そこから、室内装飾品の投資対象化を読み取っている点である。第5節では、家庭における室内装飾の担い手は誰かという問題を取り上げる。論者は、家庭芸術文献が、男性支配という伝統から離れ、女性の執筆者が女性の読者を対象とするようになったと、ジュディス・A・ナイスワンダーの『コスモポリタンなインテリア——自由主義と英国の家庭 一八七〇——一九一四』(2008)を援用しながら指摘する。そして、当時の女性たちと室内装飾産業との関わりを、ルーシー・オリンスミスとギャレット・シスターズを紹介しながら論じる。第6節では、個々の室内調度品のデザインに着目したデザイン改革に対して、審美改革は室内調度品を全体的に調和し統一性のある室内装飾と捉えたと述べる。さらに、室内装飾が、1880年代から90年代にかけて、自分の好みを表現する手段、すなわち住人の自己表現となったことを明らかにする。ここが本論文で最も重要な点だと言っても過言ではない。それは「個人的特徴(individuality)」と表現される。室内装飾品は「個人的特徴」を可視化する道具となるのである。ただ、ここでデボラ・コーエンの『家庭を司る神たち——英国人とその所持品』(2006)からの借用として「パーソナリティ(personality)」という語も用いられているのだが、それと「個人的特徴」との意味の差異が今一つ明確にされていない。その点、説明を加える必要がある。第7節には、こうした室内装飾における概念の変化を視覚的に確認できる一次資料として、ヒール・アンド・サン社のカタログが掲載される。論者はヴィクトリア・アンド・アルバート博物館に通い続け、ヒール・アンド・サン社の広告に関する資料一覧を丹念に調べることで、デザイン改革から審美改革への変遷を一目瞭然としたのである。この地道な探究作業は瞠目に値する。

5節から成る第5章では、1860年代後半からのこうした室内装飾の変化が、19世紀末の小説の中でどのように表象されたかを詳らかにする。ディケンズ小説では室内装飾はあくまで周縁に位置していたが、今や中心に移動することになる。第1節では、ジョージ・ギッシングの『余った女たち』(1893)が取り上げられ、デザイン改革と審美改革の対比という観点から、家父長としての権力を振りかざす男性の結婚生活の破綻と、夫人の〈趣味〉が反映された室内装飾空間を持つ夫婦の幸福な結婚生活とが読み解かれる。第2節では、同じくギッシング作『女王即位五十年祭の年に』(1894)に登場する下層中流階級のヒロインと上層中流階級の夫との間の変化する感情が、互いの住居のインテリアに対する知覚的認識という観点から紐解かれる。室内装飾表象が登場人物の核心的な特徴づけに使用されていることが明らかにされるのだ。第3節では、『女王即位五十年祭の年に』において審美主義自体がギ

ッシングによって諷刺されていると述べられる。その理由として、1890年代のギッシングが、〈趣味〉の民主化・大衆化の結果、美を認識することができない俗物が下層中流階級や労働者階級に多く存在するようになった現実に幻滅したことが挙げられる。一方、論者はここでブルデュー理論の鍵となる〈趣味〉と美学との関係を論じたクイン編著『永続する趣味——ブルデュー後の芸術、美術館、そして日常生活』(2018)の序章から引用しつつ、それまで階級と深く結びついていた審美能力の有無が、階級よりも個人と結びついて判断されるようになったのも事実であるとする。この個人の審美能力の有無を中心主題として扱った作品として、ヘンリー・ジェームズの『ポイントンの蒐集品』(1897)が第4節で取り上げられる。誰が芸術性の高い蒐集品を受け継ぐべきかという問いが焦点化されているとし、「特別な感受性」を持ったゲレス夫人や「美的直観力」を持ったフリーダと、蒐集品を金銭的価値でしか測れないモナとの対立構図が、ポイントンとウォーターバスの室内装飾品の克明な比較検討を通して提示される。論者は、モナの住むウォーターバスの蒐集品が名詞を用いて品目ごとに詳細に列挙されているのに対して、ポイントンの蒐集品は抽象的な表現で表されており、ゲレス夫人やフリーダの感性を通してのみ伝えられる美であると述べる。この分析は説得力があり、論者の読解力と論文構成能力の高さを示している。結局のところ、ジェームズは、ウォーターバスの俗物性を〈趣味〉の大衆化の結果と捉え、審美改革に反対の立場を取っていたのか、いやそれどころか、ゲレス夫人の言動や蒐集品の描写から、貴族が文化を支配していた時代の「ただ一つの美という絶対論者的体系」への回帰を羨望していたのか、そうした問題意識をも生じさせる意義深い指摘である。第5節は、ジェームズの美的経験をめぐる人間関係を探り、ヴァーノン・リーの心理学的美学のような19世紀後半に生じた審美学の大きな変容を、イアン・スモールの『批評の状況——十九世紀後期における権威、知識、文学』(1991)に拠りながら丁寧に論じる。そして、ジョン・スカラーの『ヘンリー・ジェームズと印象の芸術』(2020)をもとに、ジェームズの文学を理解する上でのキーワードが「印象」とし、彼の印象理論がもっともよく表れているものとして、ニューヨーク版『ある貴婦人の肖像』(1908)に付けられた序文に登場する「フィクションの家」を引用する。そこに印象に能動性を求めるジェームズの姿勢を読み取り、その点にこそ彼の印象理論の独自性があるとする。彼の捉え方は、「ものそれ自体をあるがままに見よう」と唱えたマシュー・アーノルドやジョン・ラスキンではなく、「自分が受けた印象それ自体をあるがままに知ろう」と唱えるウォルター・ペイターやオスカー・ワイルドの対象の捉え方に近いということを私たちは知ることができる。論者は、印象理論の基盤となるこうした美は身体知覚によって感じとられると述べる。それはまた、視覚的、聴覚的印象に満ち溢れた世界を創り出すヴァージニア・ウルフの作品に見られる室内装飾表象などを想起させ、20世紀モダニズム文学につながる可能性を含んでおり、論のさらなる発展が期待できるきわめて興味深い指摘である。

結論では、全体の主旨が要を得て簡潔にまとめられている。

以上述べてきたように、全5章と序論および結論から成る、400字詰め原稿用紙に換算して900枚にも及ぶ本論文は、学際的研究アプローチと複数の著述家による小説を系譜学的に分析するという方法を用いることで、ヴィクトリア朝後期の審美改革による新たな室内装飾概念の誕生が、19世紀末に起きたイギリス文学の変質に関係していた可能性を明らかにした。〈趣味〉の民主化の発端とも言えるデザイン改革における、「よき趣味」を反映した個々の調度品への関心という室内装飾概念から、〈趣味〉の大衆化につながった審美改革における、所有者の「個人的特徴」の表現としての全体的に統一がとれたインテリアという室内装飾概念への転換は、同時代の室内装飾文化に対する批判を諷刺という文学的表現で表したディケンズやギッシングの小説を、ジェームズのように登場人物の内

面を描く言語による芸術へと発展させた可能性があるという論は、文化史研究と文学研究を接合するという本論文の学際的試みによって得られた新たな知見である。

もちろん、さらに議論を深めてもらいたい点がないわけではない。ブルデューの理論的枠組みを支える基本概念もデザイン改革のキーワードも、共に〈趣味〉なのであるから、ブルデューの理論的枠組みをもっと本格的に本論文に組み込めば、社会学と文学と文化史の融合、20世紀と19世紀とのつながり、さらにはフランスとイギリスとのつながりなどを、〈趣味〉を鍵として解明することができたと思われる。また、功利主義と〈趣味〉および審美主義との関係も幾分曖昧である。実践的な審美主義者が趣味のよい室内装飾品を投資対象化したというのであれば、結局のところ、デザイン改革も審美改革も功利主義とのつながりを抜きには成立しないということになる。そもそもデザイン改革と言う功利と審美改革と言う功利とは同質のものなのか、それとも、ジェレミー・ベンサムの功利主義とジョン・スチュアート・ミルの功利主義ほどの差異があるのか。

しかしながら、それらは斬新でかつ説得力ある本論文自体の価値を決して貶めるものではない。この広大でかつ深みを持つテーマの下、論者が長年にわたって当時の膨大な一次資料に当たり、文学や文化学のみならず社会学、歴史学、思想史の先行研究を渉猟し、そして、丹念な解読と熟考によって一貫性のある論文に組み立てた労は多大のものであったと確信する。このような質量共に優れた本論文の主題の一つである19世紀イギリス中流階級の室内装飾文化は、20世紀のイギリス中流階級の室内装飾文化の出発点でもある。また、ジェイムズの小説論は、20世紀に発展した、小説を芸術として考察する文芸批評の出発点でもある。そういった点を考えると、本論文の成果は20世紀以降のイギリス室内装飾文化や小説研究の理解を深めることにも有益なのだ。今後のイギリス室内装飾文化や小説研究に新たな視座を提示する価値ある研究と言えよう。

以上の所見により、本論文は、大阪公立大学博士（文学）の学位を授与するのに値するものと認められる。