

《消費》と「モダンガール」

—— 菊池寛『受難華』論 ——

はじめに

新居格は、「近代女性の社会的考察」(『太陽』大正十四(一九二五)年九月号)において、日本における「モダンガール」出現の社会的基盤を「生活様式の欧米化」に求めながら、「曾て知識的に乃至概念的にのみ知解してゐた欧米文明を今日では生活乃至情緒のうちにまで細かく取容れて仕舞つた感じさへする」と述べている。このような「生活様式」の変化、そしてまた「(欧米化した)情緒」と「モダンガール」を結びつけて描いた作品として菊池寛の『受難華』(『婦女界』大正十四(一九二五)年三月から翌大正十五(一九二六)年十二月まで連載)を挙げることができる。

この『受難華』について菊池寛自身『半自叙伝』のなかで、「自分の初期の長編小説の中では上作で、今でも読み返しても、はずかしいと思うところはない¹⁾」と述べ、小林秀雄も「菊池寛論」のなかで、『受難華』は『忠直卿行状記』よりも見事な小説である²⁾」と言及するなど、『受難華』は『真珠夫人』以来

の代表作として数えられていた。しかしそれにもかかわらず、現在のところあまり研究が進められてはいない。その数少ない先行論の中で、前田愛の「大正後期通俗小説の展開」は注目値する。本論とかかわる論旨を中心に、まず整理しておきたい。

前田愛は一九二五年頃から活性化される「文学の大衆化」現象を大正期における婦人雑誌の急成長にその要因を求め、大正十四年の「第三種所得税納税者実数」の百四十万人の「中等階級」と婦人雑誌の大手六社の新年号の部数百二十万部が実数としてほぼ見合っていることを提示し、その婦人雑誌の読者層を、中等教育以上の家庭主婦と職業婦人に絞り込む。このような読者層をターゲットとする婦人雑誌の特集記事や創作欄の変遷を主に追跡することで大正末期に起こった変化、つまり「修養」から「文化(生活)」へというキーワードの変化を追跡する。そしてそのような「文化」生活の特徴は、①担い手としての新中間層の登場、②小市民的な家庭中心主義への志向性、③消費生活の重視、享楽主義、趣味生活、④背景としてのジャーナリズムの発展と映画ラジオ等視聴覚メディアの進出として整理されている。前田愛はさらにそれを当時の女性読者に圧倒的

申 河 慶

な人気を誇っていた菊池寛の作品をケーススタディーとして分析し、菊池寛のテクストにおける女主人公像の変遷に照らし合わせて、菊池寛のテクストにおける女主人公像の変遷に照らし合わせることで次のように指摘する。すなわち、「『男性本位の道徳』に果敢な戦いを挑んだ『真珠夫人』の瑠璃子から、愛情よりも生活の喜びを選択する『受難華』の寿美子へとという女性像の微妙な変化は、大震災を間に挟んでの女性の生活意識の変質と無関係ではないと考える。(中略)『新しい女』の観念を通俗文学の世界に導入した作品が『真珠夫人』であったとすれば、『受難華』は『モダンガール』の生誕と風俗とを先取した作品であったということになる」とし、「菊池寛の人氣は彼の通俗長編が小市民的な文化生活、大家族の絆から解放された二人だけの結婚生活の幻想をもっとも典型的に表現していたことと無関係ではない。『受難華』に描かれた『三組の現代男女の恋愛図』^③は、モダンガールの生活意識とみごとに対応していたのである」というふうに結論づけている。

しかしこの前田愛の菊池寛の小説世界の分析は、当時の青野季吉のマルキシズム的な批評によって、強く方向づけられているように見受けられる。

しかし、その破壊も、批評も、その自由の世界の創造も、決してラヂカルな色彩を持つて居てはならぬ。それは情感的要素によつて、内容に於ても表現に於ても、適度に緩和され、『詩化』されねばならぬ。それはたとへて言へば、脚光の上の焰であつても、本物の火事の焰であつてはならぬ。

この青野季吉と一致する視点に立つとき、たしかに菊池寛の小説世界は「快適な『文化生活』、安息所としての家庭という幻想を新中間層の読者に提供」しただけのものとして評価されることになる。

しかし果たしてそうであらうか。ここで看過されてしまうのは、当時到来しつつあった大衆消費経済と、それに対する菊池寛のテクストのスタンスのとり方にあると思われる。本稿は『受難華』をただ単に「モダンガールの生誕と風俗」を反映して描いた作品としてではなく、むしろ大衆消費社会の到来とその『消費』がもたらす『女性性』の変化を「モダンガール」に焦点化してとらえようとする作品とみる。そのために、まずは『受難華』の女主人公三人が歩く意味としての場所（トポロジ）をたどることから始めたい。そしてつぎに、『受難華』が掲載された『婦女界』という「実用系婦人雑誌」をサブテクストとして考察することで、読み手における『消費』の意味の広がりを追求する。さらにその枠組のうちで読み手・買い手としての女性の「身体性」をめぐる同時代の言説と『受難華』とを照らし合わせることで、菊池寛の提示する「モダンガール」像の独自性を考察していきたい。

一 大衆消費社会の地図―『受難華』のトポロジー

『受難華』の主人公三人―寿美子・桂子・照子―の結婚『受難』記と大衆消費社会のインフラストラクチャーである鉄道、

旅行地、百貨店などの舞台設定は『受難華』のプロットの展開

のうえで密接に絡み合っている。由良三郎は「菊池寛と銀座」

のなかで、「たしかに菊池の小説には、全般を通じて、戯曲的な色彩が濃厚だ。つまり描き出されるシーンのどれにも、背景や小道具が鮮明に按配されていて、それぞれに独特な意味があり、読者はその雰囲気になれるようになっていく」と指摘しているが、これは『受難華』を解説していくうえにも重要な手がかりを提供してくれる。つまり、彼女たちがそれぞれの男性と出会い、別れ、再会し、関係が修復するシーンのなかで設定される場所や乗り物などが彼女達のアイデンティティと巧妙に（しかもさりげなく）結び付けられている。したがってこの節では、彼女たちの行動の範囲とパターンなどなるべく同時代に即して読むことで『受難華』の地図を作成してみたい。

まず寿美子と前川俊一との出会いの場面から見よう。寿美子はある銀行の重役である父親の大阪転勤により、卒業前の一年を渋谷にある伯母の家に預けられ、夏休みを大阪で過ごしたあと帰京する東海道線の夜汽車のなかで前川俊一と出会うことになる。

寿美子は、母からくれぐれも云はれて来た。汽車の中では、見知らない男と口を利いてはいけない。どんなに、親切にされても応じてはいけない。寿美子は、相手の青年紳士が、心から親切で云つてくれてゐるのが、よく分つたが、然し母の訓へは大切であつた。（中略）汽車の中で、親切にしてくれる男などは却つて危険なのだと、彼女の母親は、

さう云つた。

（四三六―四三七頁）^⑤

予想外に混んでいた東海道線のなかで、席を取ることができなかった寿美子は前川の親切に助けられることになり、その後偶然にも「渋谷へ着いたとき、寿美子は、降りる乗客の群れに、押し流されながら改札口まで来た」（四四〇頁）ところで、寿美子は前川と再会を果たすことになる。まずここで「電車」という都市文化の移動手段がそれまでの結婚のための必要条件であった家柄やステイタスではなく、偶然という無媒介なかたちでの男女の出会いの場として設定されているのは確認しておこう。

このように作品のプロット上の展開が東海道線および省線の駅に設定されている点は、注目にあたいる。一九二五年現在における東海道線や省線（現在JR山手線）はどのような状況だったのか。明治二二年開通した東海道線は第一次世界大戦がもたらした好景気によってモノ・人の運送が活発になり、大正七（一九一八）年には輸送力の限界に達していた。この問題を解決するために東海道本線の合理化が進められ、国府津―熱海―沼津へと通る丹那トンネルが大正七年着工され、昭和八（一九三三）年に開通することになる。都心部の交通量も一九二〇年代前半に飛躍的に伸びた。省線電車の年間乗客数は、一九二一年の一億二四〇〇万人が、二五年には二億三四〇〇万人に倍増し、そこからはほぼ横ばいに転じている。^⑥

寿美子と前川の偶然な出会いはまさにこのような都市化という状況のなかで果たされたわけである。しかも彼らが分かれる

上野駅や照子が婚約者の信一郎をパリへと見送る東京駅、それに武蔵野館の位置する新宿駅を数えると当時においてはもつとも乗客数の多い駅が、この作品の舞台として設定されていることが確認できる。ここに照子が貞操を失う「井の頭公園」が都心と郊外を結ぶ省線（JR中央線）沿いに日本初の郊外公園として大正六年開園していたことも加えておくべきであろう。

同時代の空間体験の変化をさらにはつきりと物語るのが、作中における《旅行》をめぐる記述である。寿美子は大阪の大手銀行の頭取の息子林健一と結婚することになり、「高松、琴平、別府、宮島」などの瀬戸内海へ新婚旅行に行くが、その様子が「二人は讃岐高松の栗林公園を見物して歩いてゐた。寿美子は、初めて見る林泉の美しさに目をみはつた。一木一石も、みんな人工的に洗練されてゐた。自然が巧みに、加工せられ、刺繍せられた風景画のやうに、美しくまとめられてゐた」（五一―八頁）と記されている。このような旅行について、柳田国男の「旅」と「旅行」の概念の区別を受けて、日本における「旅行」の誕生を著した白幡洋三郎は「旅行」とは、大正末期頃から姿をみせはじめた、明るく軽快なイメージをもつ「新文化」だった」と述べている。このような旅行への関心の高まりは昭和二（一九二七）年、大毎・東日主催の「日本新八景」選定という一大ブームに拡大していく。その結果温泉として「別府」が選ばれたことは付け加えておこう（二節で再びふれる）。「旅行」は国内に限らない。照子に求婚して断られた望月啓三が「支那」へ行ったり、作中の男性たちがこぞって向かうフランスのパリもこの範疇に入れるべきであろう。それに対して作中の女性たち

は直接出かけることはできなくても、寿美子や照子のように「世界地図」のうえで航路を思い描くなど、心理上の「世界地図」の変化や距離の縮小が認められるわけだ。

菊池寛の描く同時代の空間体験がさらに細密に書き込まれているのが百貨店の描写である。

或る日、寿美子は母親と三越で買物を済ませ、それから休憩室で休んでみると、一人の婦人が彼女達の方へ進んで来て挨拶した。（中略）お前、此の間三越でお目にかゝつた方の所から、ぜひお前をほしいと云つていらつしやつたのだがお前……

（五〇七―五〇八頁、『婦女界』大正十四年十月号）
新しい年が来た。まだ松飾のある一日、照子は女中も連れ、ないで、銀座の松坂屋へ久し振りに行つた。母に頼まれて、弟妹のために靴と帽子とを探したが、思はしいのが見つからないので、其処を出ると今度は松屋へ這入つた。恰度入口を這入ると、オーケストラが始まつた所で、階下には群集が円くなつて聴きとれてゐた。照子は二階へ上る広い階段の絨毯の上を浮きくした気持で上つて行つた。（中略）「それはどうも。この人ではたまりませんね。」／「初売出しをしてゐるからでございますわねえ。」／「さうですか。僕は一寸中を見物に来てとんだ目に会つてしまひました。」／「なるほど、茲は去年出来たばかりですから、御存じない筈ですわねえ。」／（中略）／「喫茶室か何かございませんか。」／「地下室にならございますのよ。」

(五四五—五四六頁、『婦女界』大正十五年一月号)
それは、晴れた初夏の日の午後である。桂子は赤ん坊をつれて、初めて外出した。すみやかに赤ん坊をおんぶさせて、久し振りに三越へ買物に來たのである。桂子は、最初に坊やのために、ネルの着物を買った。特別上等の乳母車を買った。まだ早いと思ひながら玩具を二つ三つ買った。それから、女中を休憩室へ待たせて置いて、新柄を山のやうに積んで在る浴衣地の売場の中へ這入つて行つた。その時休憩室へ残つてゐる女中の傍へ、一人の青年紳士が近寄つて來た。

(六〇九頁、『婦女界』大正十五年八月号)

この三つの引用は現在ではごくありふれた買物風景の描写としか見えないが、当時においては変化していく風俗と女性の關係を捉える点において菊池寛の都市感覚の鋭さがよく表れている個所だといえよう。最初の引用は寿美子が母親と共に大阪の三越を訪ねた場面、二番目は照子が婚約者を失つたショックから立ち直り、その契機を作ってくれた望月と親しくなっていく場面、三番目は桂子が夫の過失を許し和解に至る場面である。ここで初出の『婦女界』の巻号を記したのはテキストの世界と読者の時間が同時に進行していることを示すためである。

それでは日本の百貨店の歴史においてこの時期はどのような変化があつたのかを、そしてテキストには書かれてないが当時の読者には理解されていた風景を、コンテキストを使うことで浮き彫りにしたい。「今日は帝劇明日は三越」に代表される高級イメージとしての百貨店は、関東大震災を契機にして本格的

に大衆を相手として日常必需品の販売に乗り出す。このようなより広い顧客層を狙う百貨店は支店を設立していくことになる。三越では日本橋の本店に対して、大正十四(一九二五)年に新宿に支店をつくる。松坂屋では上野店に対して大正十三年に銀座に支店をつくっている。さらにこの時期の百貨店の大衆化は「土足入場」の断行としても表れた。客の下足(げそく)を預かることが、その手間や場所の確保などから大きな問題になってきたことから、店内を土足のまま入れるように改めたのである。松坂屋は大正十三年より、三越、松屋は大正十四年より、大阪の三越は大正十五年より「土足入場」を実施している。つまりこの時期は「百貨店そのものが大衆化していく中で、百貨店が威厳を示す場ではなくなってきたものとも理解することができ」るようになっていたのだ。

菊池寛がさりげなく(テキストの舞台背景として、あるいはテキストの余白に)百貨店の大衆化現象を描きつつ、当時すでに確立していた百貨店の「社交場」、「都心の中の休憩所」の役割を参照しながら、『消費』の主体としての女性を前景化していることは見逃されるべきではない。百貨店は彼女らの空間であり、彼らの空間ではない。彼らは「見物」に來るか、自分の子供に会いに來る。彼女らはくつろぎ、「自由」に買物を楽しむ。このような『消費』性こそ菊池寛が「モダンガール」の特徴として提示する第一点である。

恋人は、純真な若い女には、一在つて二なきものだつた。

『あれは売約済みですから、これを』と云ふやうに、代わ

りがあるものでなかった。それなのに、代わりらしいものが、いや代わりたらしとする者が、つき／＼に進んで来る。その事が、寿美子を馬鹿々々しく思はせた。たとひ品物でさへ、自分の本当の気に入つた物が、手に入らないときは、日一日気持ち荒んでしまふ。まして生涯を共にしたいと思ふ男性が、到底手に入らないとなると彼女の生活は、だらけた蔓のやうにふらく／＼する他はない。(五〇六頁)

この引用は妻子のある前川と別れて大阪の親の元に戻つた寿美子に結婚の話が舞い込んでくるときの寿美子の反応を示した部分である。これは「恋愛」や「結婚」が「商品」ではない／＼「商品」である」といったパラドクシカルな叙述のなかで「消費」が女性の道徳律に及ぼした変化をみごとに表しているといえよう。つまり、「消費」の論理を内面化した女性にとつて「物を買う自由」は「男性を選ぶ自由」に転化しうるのである。これが「消費」性の具現として提示される「モダンガール」の特徴の第二点である。このような「消費」認識の浸透は、寿美子の「男性を選ぶ自由」、桂子の「不貞な夫と別れる自由」、そして照子の「自分が選んだ男性に貞操をささげる自由」に転化しながら表れるのである。

言い換えれば、彼女たちがこのように「消費」の論理を内面化し、消費社会にとりこまれ、従属(subject)していくことは、社会的には家父長制から解放されること、そして新しい女性としての主体(subject)の確立を意味したということだ。「消費」という新たなコードはこのテクストのなかで絶え間なく女性主

人公たちの認識に変換され、その変換をとおして彼女たちの「貞操」をめぐるドラマとして具現する。寿美子、桂子、照子の直面する結婚問題はおの「不倫」、「夫の貞操」、「女性の婚前貞操」のように別々の問題にみえて、実は新しく定義しなおされる「貞操」の問題なのである。「貞操」は家族倫理という重い主題から解き放たれ、「消費」と交換可能な軽やかな主題へと変容する。しかしその一方で彼女たちの「貞操」という自己抑制(テクストにおいては母の顔として浮上する)は「消費」への志向とぶつかり葛藤する。このように「消費」と「貞操」とのアンビヴァレントな因果／葛藤関係は寿美子を中心にして「受難華」の葛藤軸を形成するわけである。

二 『婦女界』—『消費』のサイクル

前節においては「受難華」に書き込まれた大衆消費社会の空間体験を考察し、その中の「消費」というコードがいかに三人の女性の「貞操観」の変化とかわつていくかを提示した。「消費」というコードのせめぎあひは、このテクストが掲載された雑誌『婦女界』をサブテクストとして視野に入れることで、より明確になるだろう。当然のことながら、メディアは「透明」な存在ではない。テクストはメディアを通過することで読み手の意味作用を構成する。ここでは「受難華」で扱われる「消費」というコードがメディアを通して流通する際、どのような意味の拡張／変換がなされたかを明らかにしたい。

まず菊池寛と『婦女界』の関わり合いと『婦女界』という雑

誌の特徴を整理しておこう。『婦女界』は菊池寛・久米正雄などの流行作家の起用に成功し、創作欄を充実させることで大きな成果をあげることになるが、その菊池寛が『婦女界』社と契約を結ぶ際、社長（兼編集長）の都河龍に当てた手紙が興味深い。

拝啓

「母の友」執筆に就いて、左の件お認め下されたくお願ひします。（中略）

最初から母の友の趣旨に添ふつもりでかくのですから、中途では一切注文なきやう、読者にうけると否とに拘はらず、作者の作家の立場を尊重して下されたいのです。云々

三月十六日（大正十年）

菊池寛

都河先生机下

都河龍は、同じ仲間の羽仁がやっている『婦人之友』の中流知識層の女性読者と、『婦人世界』の大衆的庶民女性の読者層との間にいる中間層を、これからの『婦女界』の読者対象と決め作業をはじめた。家事・育児・料理などの実用記事と楽しい読み物の合体が編集方針で、これが大成功を収め、大正2年、14万6500の年間総部数が5年後の大正7年は128万5000部、13年には291万部とハネ上がる。さらに彼は誌面を一工夫する。それは一般の読者から募集した生活体験記録を役立つ情報として重要視したこと。この読者参加の頁を設けたのは女性実用誌の

さきがけといつていい。（中略）

また『婦女界』の斬新なところは「臨時増刊」刊行のやり方をやめ、特定のテーマに絞った「特別号」を年4回発行する仕方にし、表紙に売り物としてそれを表示したこと。

〈婦人職業号〉へ「家経済号」といったように。読み物の分野でも、長編の連載小説を有名な作家に書かせ、読者を長く雑誌に釘付けさせるとか小説の中の挿絵に力を入れ興味をそるとかさまざまの工夫を誌面に導入し、それが部数急増に役立った。

この二つの引用から、菊池寛が『婦女界』に長編を連載する際、その雑誌の編集方針に合わせたこと、『婦女界』は大衆（的庶民）と中流知識層との間の女性をターゲットに家庭の実用的記事を提供していたこと、そして菊池寛が『新珠』を連載する大正十三年から『婦女界』は月間発行部数二〇万を越えるピーク期を迎えていたことなどが確認できよう。

それでは、菊池寛はどのように『婦女界』と関わっていたのか、ここでは「受難華」を中心に考察してみよう。これを考えるうえで「モダンガールのメンタルテスト」（『婦女界』大正十五年十月号）という記事は注目にあたいる。女学生、令嬢、タイピスト、女店員など計六十七名に対し、次のような設問を行っている。

（1）結婚したいと思ひますか？それとも独身で暮らしますか？（2）イ、どんな夫を望むか？（位地、職業、収入、

學歷) ロ、どんな結婚生活が理想ですか? (生活形式や姑の有無等) (3) イ、結婚前の男女交際のよしあし。ロ、結婚後もし夫に愛人が出来た場合はどうしますか? (4) 毎月どの位の収入がほしいと思ひますか? (イ、独身の場合。ロ、結婚した場合) (5) 愛読する書籍と雑誌。 (6) 好きな作家と作品。 (7) 好きな運動。 (8) 好きな音楽。 (9) すきな舞台俳優と映画俳優。 (外国と日本) (10) 洋装がすきか、和装がすきか? (11) ダンスをすることのよしあし。 (12) 娼娼運動について何と思ひますか? (13) 社会主義については? (14) 女子参政権については? (15) 現在の家庭内の主婦の地位について御不満はありませんか? あればその理由。

『婦女界』の編集部が行ったこの調査は内容的に女性が望む結婚形態、そして文化と社会認識に対する質問として整理できるが、『受難華』の内容をふりかえるとき、まさにこの作品はそれに対する答えの物語化となつていゝといつて過言ではない。まず桂子の場合から見てもよい。桂子の結婚は「メンタルテスト」が問う理想的な結婚像を具現化している。三井物産に勤める法学士という安定した収入と學歷を持つ夫と、見合い結婚ではあるが恋愛結婚に近い交際をへて、「良人の父夫婦は同じ邸内で、全く家が別なので、桂子には姑を持つ苦勞は少しもない」結婚生活に入る (四七三頁)。結婚式に際しては毎日のように高島屋の番頭がやつてきて、「此の着物には、此帯此羽織」、「帯止めは、ダイヤ、珊瑚、翡翠」などの衣装をこしらえ (四

七〇頁)、夫婦生活においても週末には舞台や音楽会を楽しみ、「呉服店のショーウィンドウに立たせたやうな」 (四八〇頁) ファッションで銀ブラをする、といふふうである。

一方、寿美子の場合はどうだろうか。寿美子は、読む雑誌や尊敬する女性運動家などをお互いの「メンタルテスト」 (四四二頁) し合える前川俊一と別れ、大阪のある銀行の頭取の息子・林健一と結婚するようになる。寿美子の目線を通して描写される林健一は、寿美子が「小説」を読み、英語が得意でピアノを弾き、武蔵野館で洋画を鑑賞するのに比べ、「講談××」「△△倶楽部」を好んで読み、奈良丸・浪花節など「低俗」な歌を口ずさみ、マッチャンこと尾上松之助の立ち回りに感嘆し、プライドをブラウドと間違つても平然とするやうな人物である。すなわち、寿美子を持つ家庭への不満は夫との「文化」の差として説明されるのである。その「文化」とは『受難華』においてはフランス・パリ (西洋・高級文化) を頂点とする「文化」のハイエラルキーを形成し、寿美子は新聞社主催の講演会を通して、そして『消費』を通して「文化」を獲得しようとする。

この『消費』と「文化」の関係性について、前田愛は掲論文のなかで『主婦の友』の「地方読者組織」の方式にふれたなかで、「彼 (注: 石川武美) の独創は「文化」的な講演会・音楽会と、実用的な展示会を巧妙に取合せたことに現われている」と指摘しているが、このような『消費』を促すことで「文化」を提示することは『主婦の友』という雑誌それ自体についてもいえることだろう。そして同じ「実用系婦人雑誌」に属する『婦女界』もそのような性格においては変わりはない。言い方

を変えらるるならば、『受難華』における寿美子を中心とした女性たちが『消費』を通して「文化」を得ようとする姿勢は『婦女界』というメディアの特性に通じているわけである。前田愛は同じ論文のなかで『受難華』は「モダンガール」の生態と風俗とを先取した作品であった」と指摘しているが、このような意味では的を得ていよう。しかし『受難華』における『消費』というコードが『婦女界』という雑誌メディアを通して「読み手」に読まれる際の意味作用を視野に入れるとき、前田愛の反映論的な捉え方とは様子を異にする菊池寛像が現れてくる。それは『消費』というコードに積極的にかかわり、それを絶え間なく新たな女性性の内実化へと変換させていく菊池寛像である。

それでは『受難華』における『消費』のコードが具体的にどのような『婦女界』を通して流通したのかについて考察してみよう。まずエピソード的な事例をあげてみる。寿美子は新婚旅行地として瀬戸内海を選び、「紫丸」という汽船に乗る。高松の栗林公園などを見物したあと、「別府温泉では、亀の井に宿」る（『婦女界』大正十四年十月）。この瀬戸内海への紀行文が偶然にも『受難華』が連載中だった大正十五年八月号から十月号まで「漫画紀行」として『婦女界』に載る。挿絵（漫画）が各所に挿入された編集部員の実感的な旅行ガイド記事である。また『婦女界』は一節でふれた「日本新八景」の選定をうけ、昭和二年八月号には「家族づれで行ける日本新八景の選定懇談会」という特集記事を組んでいる。菊池寛を含む文学者たちが集まり「家族づれでいける」旅行地についての経験交じり

の紹介のあと、「日本新八景」の各所についての紀行文が続く。その一つに久米正雄が「瀬戸内海を玄関とする別府」という記事を寄せている。「大阪以东の人は、必ずむらさき丸に乗るがいゝ。私は門司から汽車で行ったこともあるが、其時とむらさき丸で行った時とは、まるで気分が違った」や「別府一の旅館、亀の井」などの記述からも分かるように、この記事は文学者の紀行文というよりは旅行ガイドの性格が濃厚だ。これらの固有名詞が『婦女界』紙上にたつらなるということは、交通の発達をもたらした「旅行」ブームに起因する偶然ではあるが、しかし『婦女界』の読者が『受難華』の舞台から飛び出し、旅行地の風景を思い描き（挿絵）、あるいは実際の旅行の参考（実用）にすることは容易だったのである。

この一例は実は『婦女界』というメディアの特性とそれに乗っかっている『受難華』のエクリチュールの核心につながる。広告・メディア研究家北田暁大は一九二〇年代後半以後の「実用系婦人雑誌」と広告のかかわりにおいて「特記されるべきは、何といつても「広告／記事」の意味論的・物理的境界を曖昧化していくようなタイプの広告、（これは広告ではない／ではない）」というように、重層的なコード適用を許容する広告の出現である」という注目すべき指摘をしている。これは『婦女界』の「記事の広告性」と言い換えてもよからう。中等教育以上の女学生と職業婦人を対象とする結婚、就職、家事、育児などの記事の合間に広告が出現し、読者は記事から広告へと行き来することで『消費への欲望』を駆り立てられる。『婦女界』の誌面構成において、広告が冒頭部・末尾部・誌面中に配置され、

さらに雑誌社直経代理部の「商品カタログ」までが末尾部には含まれることで、『婦女界』という雑誌自体が『商品カタログ』の特性を帯びるようになる。

菊池寛はこのような雑誌の特性を充分に認知していたと見受けられる。『受難華』は大正十四年三月から翌十五年十二月まで連載されるが、一節でもふれたようにストーリーの時間と実時間とが同時に進行する。このテキストの「時間」の問題は『受難華』のエクリチュールを考えるうえで重要だ。大正十四年三月号の『受難華』の初回分が寿美子らが卒業する前の校庭の風景から始まることから分かるように、このような時間の設定は読者を容易に物語世界の内部に呼び込み、さらに同時代の交通や百貨店の状況が瞬時に書き込まれることでリアリティーが与えられ、読者が主人公像に自己同化しやすくなる役割を果たしている。それだけではない。このころの婦人雑誌は三、四月の新卒業生を対象とする特集、それに四、十月の結婚特集を競って企画していたのだが、『受難華』における桂子、寿美子、照子の結婚もそれぞれ大正十四年五月号「結婚の幸福」（四月号には桂子の「秘密の結婚」）、同十月号「結婚忌避症」、大正十五年三月号「めぐる新春」という項目で語られ、一節で考察した旅行や百貨店の描写がなされる。これが意味することは読者にとって、『受難華』の物語世界から『婦女界』の特集をへて百貨店の「秋の大売出し」へという《消費への欲望》を駆り立てるといふ雑誌と文学テキストの間の循環性である。ここに大正十四年九月号「東京に於ける六大呉服店視察」、大正十五年十一月号「五大呉服店好みの婚礼衣装」「流行を取り入れた

結婚調度の種類と値段調べ」や各百貨店の広告などを視野に入れると、『受難華』における《消費》のコードはいっそう強化されるようになる。

『受難華』における《消費》への駆り立てはこれだけで終わらない。『受難華』の人気に乗じてそのテキスト自体が『婦女界』の宣伝に使われるようになる。『受難華』が連載された時期、『婦女界』は商品をかけた「二万円大懸賞」という読者参加型イベントを行っているが、大正十五年三月号の問題が物語の進行に合わせる形で「『受難華』の照子の将来の予想―照子は自殺したか？生きてゐるか？」となっており、その結果が同年五月号に「一万円連続第三回大懸賞抽選の記―菊池寛氏及び愛読者立会の上執行―」として報告され、六万に近い絵葉書を菊池寛は「随分来るものですな」と、菊池さんは感心されながら、一枚く裏がへして読んで居られるのでした」などとその様子が伝えられている。同年八月号には問題として『受難華』の主人公三人の人気投票がかかげられ、同年十月号に四万を超える投票者数のなかで「二万円大懸賞第八回結果発表―『寿美子』が最高点を得ました―」と報告されている。ここで注意したいのは、同年十月号の問題が「二万円大懸賞第十回の新題―婦女界代理部商品ほしいもの競争―」であることから分かるように、この懸賞自体が当然のことながら『婦女界』の売上部数の向上と代理部の販売の促進を目的とするものであり、菊池寛は読者を《消費》へと駆り立てるうえで一役を買っているわけである。

このような作者・菊池寛―『婦女界』―読者の関係のなかで

《消費》を考えると、その《消費》をとおして得られる「文化」や差別化される「文化のハイエラルキー」の描写は、菊池寛が「モダンガール」の風俗を取り入れたとみるより、むしろ寿美子像にみられるようなジェンダー化された《消費》への欲望として、求めるべき価値として提示されたとみた方がよからう。不二家の洋菓子や資生堂パーラーの「オレンヂエード」などが実名で、しかも憧れの対象として挿入されるのはそのためである。

しかし『婦女界』誌上で促進されるような《消費》のコードが『受難華』においてそのまま賞賛されるわけではない。寿美子という登場人物の内的葛藤の形で、『消費』は追い求められると同時に止揚される。

「こんなことが生活なのかしら、と時々思ふの。何だか、ちつとも真面目になれないの。私きつと一生の中で、一度も真面目な気持になれることが、ないんぢやないかと思ふの。これほど、退屈なことなくつてよ。なまじ、お金があるばかりに、退屈を買ひに生きてるやうな気がするのよ。」

(二六二頁)

これは寿美子が照子に自分の結婚生活について語っている場面からの引用であるが、ここからも分かるように、女性にとつて家父長制的な倫理からの解放をもたらし、「文化」の獲得につながるコードだった《消費》は、場合によっては家事・育児などの《家庭生活》の倫理とぶつかり合い、葛藤する。女性

《家庭生活（経済）》の主体であると同時に、《消費》への欲望に衝き動かされる存在でもあるわけだ。寿美子はこのようなアンビヴァレントな《消費》性を具現化し、その間を絶え間なく揺れ動く存在なのである。これは一節で言及した同時代の社会的文脈―郊外への都市生活の延長と核家族の成立がもたらした女性の道徳・倫理の変化と符合していることはいうまでもない。さきほどの北田暁大はこのような女性身体の両義性を次のように分析している。

大正末期から昭和初頭にかけて、消費主体としての女性は《主婦》／《モガ》の対立項、換言すればレスベクタビリティ／逸脱性というヤヌスの双顔に切り裂かれていった―婦人雑誌は「一きれの肉片、一寸の小ぎれもむだにせぬ勤儉貯蓄の方法を教える同じ紙上で、代理部の商品を言葉巧みに広告して、なけなしの貯金を注ぎ込ませる」―のだが、この相反する二項はけつして実体的に分離されることなく、あくまで女性という「不可解な」存在のなかに併存する属性として捉えられていく。その女性固有の両義性をもつとも如実に示しているのが、『主婦』が《モガ》的な消費へと耽溺する瞬間、つまり流行という（特殊近代的な）社会現象の存在であろう。

『受難華』における寿美子像がこのような「女性固有の両義性」をみごとに体現しているのはここまでの考察ですでに明らかにしたことだ。菊池寛が「婦人雑誌」の読者に圧倒的な支持

を受けていた理由も、彼がこのような変化しつつある女性の位相を表現したところに求められよう。

三 《消費》をめぐるイデオロギーの葛藤

これまで『受難華』の寿美子像を考察することで、『消費』というコードが、どのように家父長制から解放された新たな女性の主体形成にかかわり、それにもなつてその主体の倫理的な葛藤をも醸成していったのかについて分析してきた。菊池寛が「文芸効用論」を主張したことからも類推できることだが、彼は『消費』と女性性との関係をただ単に提示したのではなく、解釈と方向づけを与えている。したがってこのような意味で、『受難華』における『消費』というコードは同時代の『消費』をめぐる言説とイデオロギー的な葛藤関係を結んでいるといえる。この節では『受難華』の結末部における寿美子の選択―葛藤関係の解消のプロセス―と同時代の『消費』をめぐる言説をつなぎ合わせてみることで、菊池寛の意味づける『消費』と「モダンガール」の関係を考察してみたい。

『消費』の論理（選択の自由）と「貞操」の倫理とが互いに因果／葛藤関係にあり、それが寿美子の内的葛藤の軸を形成したことは前述したとおりだが、その葛藤がピークを迎える瞬間、寿美子は外部からの眼差しにより規範から逸脱する存在として他者化されてしまう。寿美子は再会した前川に自分を「道徳の世界」から連れ出してくれることを要求するが、その現場を夫に目撃され、次のように罵倒される。

「いや、寿美子など、僕を馬鹿にし切つてゐますがな。銀座に買物に行くと云ひましてな、とんだ買物をしてゐますがな。は、ゝゝゝ。」
（六四二頁）

「大勝堂―時計屋かい。ふん、エンゲイジ指環をもう一つ注文したのかい。」
（六四三頁）

男性にとつて、女性の特性とされた（ジェンダー化された）『消費』性―すなわち、『買う性』と言い換えることができる―は家父長制の倫理を突き破りかねない脅威を意味していたが、それがある限度を越えて女性の身体性に及ぶとき女性は『売る性』娼婦へと転化する。極端ではあるが、資本主義社会を生きた女性が買物に出かけることは「貞操」を破りかねないという転化の論理である。このような『買う性』から『売る性』へという転化は、『消費』の論理を内面化していく女性の脅威性をその女性個人の問題にすり替え、その女性を退廃的な享楽者として他者化してしまう。このような『買う性』と『売る性』の交換可能な女性性の危うさを「モダンガール」の特徴として規定する論理は保守主義的な陣営はもちろん、マルクス主義の言説も共有していた論理である。

家庭に対する不満を寿美子は社交的な活躍で慰めてゐた。あらゆる口実で、夫と分れてゐようとつとめた。彼女は、さうした社交では、天稟の才を発揮した。丁度、それが失敗した結婚に対する復讐であるかのやうに、彼女は、生き

くとした鬱憤をはらしてゐた。若き林夫人は、『サンデー毎日』や『週刊朝日』や色々のグラフィックに、幾度その可愛い姿を、社交界の新しき孔雀として一頁大の写真に出されたか分らない。(中略)彼は、妻の評判をきくことに、ホク／＼欣んだ。彼は、小遣ひの過半で、寿美子の衣物や身の廻りのものを買つてくれた。だが、着物や羽織の編柄は、一度だつて寿美子の氣に入つたものはない。

(五二七—五二八頁)

景品つきで新聞に広告されるものだけが売物ではない。婦人雑誌の巻頭をかざる『令嬢かゞみ』は、娼家の軒先をかざる女達の写真の陳列と、どれだけ違つた意味をもつだらう？昨日まで下げ髪洋装の軽快な女学生姿だつた娘を、卒業證書をにぎつた今日からは、伝統的な家庭生活への順応を象徴する意味からか、はでやかな和服を裾長に着かへさせ、髪かたちも俄かに色めかしくつくり立てて、幾種かの服装に包まれた、幾種かの姿態をそれ／＼写真にとらせた上、親疎をとはず、あまねく交際範囲にふりまいて猛烈な求婚競争に参加させる親たちは、『蔵ひひ』、『特価品提供』の広告主と何ほどの違ひがあらう？

前者の引用は寿美子の結婚直後の社交生活を描写したものであり、後者の引用はそれと関係する『婦人公論』(昭和三(一九二八)年一月)の特集『恋愛売買時代号』のなかの、山川菊栄「景品付き特価品としての女」からの文章である。この二つの引用は女性の結婚の前と後という差はあるが、ともに『婦人

画報』や『サンデー毎日』などのグラフィック雑誌を言及している点で比較できる。

これらの文章の中では『消費』をめぐる三つのスタンスが鋭くせめぎ合っている。夫・林健一の『消費』は妻を着飾らせることで家父長としての權威やステータスを誇示する手段である。それに引き換え、寿美子の『消費』は、その家父長制から解放された『消費』の主体としての女性の位相を知らせる意味を持つている。このような『買う性』としての女性の描写に対し、山川菊栄はそれを『売る性』として批判している。

彼女の論理はどういうものだろうか。あらゆるものを商品化してしまう資本主義経済において、夫が妻を着飾らせることも、またみずから着飾ることも、いずれも女性の「性」の商品化にほかならず、そのような現象は享楽性と退廃性を蔓延させる資本主義の末期症状として診断され批判されたのである。女性の真の解放は革命による資本主義からの解放によつてのみもたらされるとみるマルクス主義にとつて、当然のことながら、資本主義の論理を内面化しながら家父長制から解放されようとする『消費』の主体としての女性の主張は認められなかったわけである。小林多喜二の『党生活者』の「笠原」というハウスキーパーの描写が巻き起こした議論に顕著に表れている例で分かるように、結果的にではあるがマルクス主義においては家父長制は維持され、場合によつては強化されもした。

寿美子は結局前川と別れ、家庭の「道徳」の枠内に安住するようになるが、これは前田愛がいうような中小ブルジョアの限界としてみるべきではなく、女性の「主体」的選択として解釈

されるべきであろう。前川が左翼系知識人として設定されているのは偶然ではないのである。

今、寿美子の気持の中には、何となく大きな転換が、来てゐたのであつた。(中略) 自分を残して、海外に去つた人、その人にたとひ愛があつたとしても、それは暖かい愛だとは思へなかつた。結局あの人は、唯物史観的な愛しか出来ないのでないか。

(六七〇頁)

つまり前川は「新しい思想を持つてゐるくせに、道徳的には非常に旧人」(六三六頁)として描かれることで、すでに述べたマルクス主義の女性観を維持する人物として、寿美子の「選択」から排除されたわけである。寿美子は家父長制への従属を拒否し、マルクス主義というイデオロギーに埋没することをも避けながら、主体的な女性として独自の道を探っているといえよう。このような女性像こそが菊池寛が提示する「モダンガール」であつたわけで、菊池の小説はそれまで風俗現象としてしか捉えられなかつた「モダンガール」をめぐりに進歩的な社会的存在として捉えかえしたわけである。それこそが女性読者の共感を勝ち得たとみてよからう。

おわりに

大衆消費社会の到来は交通や百貨店などの《消費》のインフラストラクチャーを整備させ、郊外住宅や核家族の成立をもた

らした。そして《消費》は伝統的な家父長制の価値観を根底から揺るがし、それに代わる女性の倫理をめぐる激しい論戦の場を提供した。菊池寛は『受難華』において《消費》と「貞操」の間のきわどい倫理の境界線で揺れ動く寿美子像を描くことで、時代のパラダイムの変化に能動的に参加していった。一方においては《消費》を助長する広告者の顔をし、もう一方ではそれをたしなむ啓蒙者の顔をして。

菊池寛の『受難華』において先見的に提示された《消費》というベクトルはやがてすべての文化生産者が踏まえる共通の地平となるのだが、文学においては、一九二九年アメリカで起こった大恐慌を機にイデオロギー的葛藤が激化していくなかで、證券ブローカーでもあつた吉行エイスケが『女百貨店』(『近代生活』昭和五(一九三〇)年二月)、『享楽百貨店』(『モダンTOKYO 円舞曲』春陽堂、昭和五年五月)などを書き、中村正常『パート二十四時間』(『新潮』昭和六年十二月)を書くなど、おもに新興芸術派に属する作家たちによる作品が量産される一方、プロレタリア文学からも資本主義・帝国主義の矛盾性・隠蔽性を暴く作品が多く見られる(武田麟太郎『消費』『改造』昭和九年一月)。菊池寛は女性の視線を作品の軸に据えることでどっちのイデオロギーにも組み入ることなく「新しい女性像」を提供しつづけた。たとえば、『新女性鑑』(『報知新聞』、昭和三年)における久美子は享乐的な《消費》を拒否し、百貨店のショップガールに就職することで『生産者』としての女性という新たな主体性を具現することになる。

いままで菊池寛に関する研究は多くの場合彼の「文学性」を

解明するところに焦点があったと思われる。彼の「通俗小説」が論じられる際も「文芸作品の内容的な価値」に表れるような「文芸効用論」^⑫がいかに作家像・文壇に変革をもたらしたのかが注目の的になる。しかし本稿で考察したように、菊池寛の「通俗小説」は近代社会における女性性の変容と密接にかかわっている。やがて戦時体制の一部として取り込まれていく女性の社会的位相にいたるまで、菊池寛は女性の目線を追うことでそこに能動的にかかわっていく。このような意味で菊池寛の「通俗小説」はより細密で慎重な研究が求められるのである。

【注】

- (1) 菊池寛『菊池寛 作家の自伝10』日本図書センター、一九九四年、一〇五頁
- (2) 小林秀雄『小林秀雄第四巻 作家の顔』、八四頁
- (3) 前田愛『近代読者の成立』有精堂出版、一九七三年
- (4) 由良三郎『菊池寛と銀座』『菊池寛全集 第九巻』高松市菊池寛記念館、一九九四年
- (5) 以下、本文引用は『菊池寛全集 第六巻』（高松市菊池寛記念館）による。
- (6) 竹村民郎『大正文化 帝国のユートピア』三元社、二〇〇四年、六六七頁
- (7) 和田博文『テクストのモダン都市』風媒社、一九九九年、八一―八二頁
- (8) 白幡洋三郎『旅行ノススメ』中公新書、一九九六年、七頁、六六七頁
- (9) 初田亨『百貨店の誕生』ちくま学術文庫、二一一―二五三頁
- (10) 鈴木氏亨『菊池寛伝 実業』日本社、昭和十二（一九三七）年、三三―三三三頁
- (11) 浜崎廣『女性誌の源流 女の雑誌、かく生まれ、かく競い、かく死せり』出版ニュース社、二〇〇四年、九二頁

- (12) 北田暁大『広告の誕生 近代メディア文化の歴史社会学』岩波書店、二〇〇〇年、一四九頁
- (13) 北田暁大、前掲書、一六九頁
- (14) たとえば、島田厚『菊池寛と読者』（『文学』一九六二年十二月号、岩波書店）、佐藤嗣男『菊池寛―大衆とは何か』（『国文学 解釈と教材の研究』二〇〇一年九月号、学燈社）などがあげられる。

付記

本稿は第29回筑波大学国語国文学会大会（二〇〇五年十月一日）における研究発表をもとに、まとめ直したものである。

（シン ハキヨ 筑波大学大学院博士課程

人文社会科学研究所 総合文学）