

発表題目：セネガルの仕立て文化における流行生成—仕立て屋の熟練した視覚とファッショント・メディアの共創から

所属：京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科アフリカ専攻

氏名：前田 賢哉

1200字程度で発表内容を記載してください。

本発表は、西アフリカ・セネガル共和国の仕立て文化において、仕立て屋の熟練した視覚とファッショント・メディアがいかに共創的に作用し、仕立てファッションの流行を生成するのかを、「集合的創造性」の概念に着目しつつ明らかにする。セネガルでは、既製服が一般化した世界的潮流とは異なり、晴れ着やおしゃれ着をオーダーメイドで仕立てる文化が主流である。この仕立て文化は、小規模多数の仕立て屋によって支えられた、つねに流行のデザインが移り変わるファッションである。たとえば、新たな布や装飾の導入、仕立て屋と顧客の協働、さらにSNSを介したスタイルの流用によって組織化され、仕立て文化は日々再構築されている。

この発展の基盤には、仕立て屋の熟練した視覚とファッショント・メディアの系譜がある。熟練した視覚とは、図案ではなく目視によって衣服の構造を捉え、流行や顧客の嗜好に応じた衣服を即興で仕立てることを可能にする身体技法である。これにより、仕立て屋は歴史的に様々なメディアを参照しつつ、デザインを模倣・創造してきた。こうした仕立ての営為は、小規模で多数の仕立て屋が既存のデザインを互いに模倣し組み合わせることであらたなデザインを生み出す、「集合的創造性」の実践として理解される。熟練した視覚は、この模倣と組み合わせの社会的な連鎖である、集合的創造性の基盤となることで、結果としてファッショント・メディアの発展に寄与してきたのである。

セネガルのファッショント・メディアにおいて、2010年代半ば以降のファッショント雑誌からSNSへの移行は、流行のあり方を大きく変えた。第一に、SNSで近年主流化している動画は、布のハリ感や搖れ、衣服の動きまでをも模倣の対象とし、仕立て屋の熟練した視覚を触覚的な次元にまで拡張させていている。第二に、SNSの双方向的な特性によって、それまで一方的にメディアを参照していた顧客と仕立て屋がデザインの発信主体となる。SNS時代のこうした水平的な流行生成の経路は、仕立て文化の人びとの集合的創造性を強化している。第三に、SNSは仕立て屋にとってデザインの相互参照を促す一方で、その流用の仕方を相互監視する場である。そのため仕立て屋は、デザインの創造を重視する一方で、全く同じものをつくることを「盗み」として非難する職業的規範を強化し、SNSをデザインの「コモンズ」として機能させる。しかし、SNSはこの規範自体を強化すると同時に揺さぶるという、二面的な状況をもたらしている。

このように、デザインの模倣と創造を可能にする熟練した視覚がファッショント・メディアを発展させ、一方でメディアも仕立て屋の視覚を鍛えるという再帰的な関係のなかで、セネガル仕立て文化における流行は生成してきた。すなわち、仕立て文化の流行とは、「みる」身体技法と「みせる」技術的装置の相互作用によって、模倣が一定に方向に集中し、特定のデザインやモデルとして顕在化する社会的現象である。とくにSNSという技術革新は、この流行生成のあり方を変え、仕立て文化の基盤である集合的創造性を強化すると同時に揺さぶっている。以上から、本発表は、SNSという技術革新と身体技法との相互作用が生み出す、仕立て文化の動態を描き出すものである。