

ハーフ・ブームと「ハーフ顔」メイク

— 日本における無徴性（ホワイトネス）研究の試み—

神戸大学大学院 国際文化学研究所

岡村兵衛

1 目的

この報告の目的は、2007年頃より、女性ファッション誌（主に25歳以下対象）で取り上げられる「ハーフ顔」をめぐる表象を、ホワイトネス研究の一事例として扱うことを試みるものである。

2 方法、無徴性について

ホワイトネス（Whiteness）は「白人性」と訳されることが多いが、この報告では「無徴性」という試訳を用いる。Whitenessを白人性と訳すことの問題は、①それが「白人社会」（と連想されるアメリカ合衆国など）における問題で、「非白人社会（と連想される社会）」と無関係だという印象を与えること。②日本に適応する場合、「白人性」に対して「日本人性」という語の使用が考えられるが、これは「日本人（特殊）論」の再構築につながる恐れがある。排除／被排除の関係において、「排除される側は有徴として、排除する側は無徴として」排除が行われ、「排除する側は、自らを『常識』化され透明な日常性となった普遍性として提示し、排除される側を正常に対する異常、あるいは『顕在化』された特殊性として提示しようとする」（酒井 1996:220-222）。この報告では人種主義の文脈における酒井の用語法に基づき、Whitenessを「無徴性」と試訳して用いる。

3 データ、「ハーフ」と「ハーフ顔」メイクについて

2007以降から本年までに「ハーフ顔」を扱った女性ファッション誌20冊、「ハーフ」を取り上げた男性誌、「ハーフ」という語が広まるきっかけを作った1960-70代の雑誌を利用する。

「ハーフ」と称される人々は、日本社会における有徴の存在である。地球規模で有徴／無徴は固定的ではないが、この呼称を与えられた個人は日本では有徴の存在である。「ハーフ顔」メイクとは、2007年以降に登場したメイク法で、「ハーフっぽい顔」を目指すものを指す。

4 結果・結論

「ハーフ顔」メイクを扱った雑誌は、多くの場合、目指すべき「ハーフ」なる存在を登場させず、想像上の「ハーフ」なる存在からメイク法を提案していた。「ハーフ顔メイク」は、化粧品をパッケージ販売するためのコンセプト、そこで「ハーフ」なる存在は利用可能なイメージ、マスコットである。「ハーフ顔」は、「白人崇拜」に基づく消費行動ではなく、単なるコスプレの一種、もしくは雑誌が教えるメイクの型（手本）でしかないと考える。しかし、「ハーフ顔」メイクをめぐる現象は、「ハーフ」とされる個人にとって生きにくさを生む要因ともなっている。

文献

Garner, Steve 2007 *Whiteness: An Introduction*. London: Routledge.

ハージ, ガッサン 2003 『ホワイト・ネイション ネオ・ナショナリズム批判』保刈実・塩原良和訳, 平凡社.

ヘフェリン, サンドラ 2013 『ニッポン在住ハーフな私の100のモンダイ』メディアファクトリー.

李 孝徳 1998 「『日本人』とは誰のことか 『ある』から『なる』へ」小林康夫・船曳建夫 編 『新・知の技法』東京大学出版会, 19-34.

酒井直樹 1996 『死産される日本語・日本人 「日本」の歴史—地勢的配置』新曜社.