学位被授与者氏名	杉岡　摩利恵（すぎおか　まりえ）
論文題目	第一次世界大戦期アメリカにおける女性像―Ladies Home Journal からの分析
論文審査結果の要旨	本論文は、革新主義、大量消費文化の発展、第一次世界大戦を経験し、大きな変化が生じた時代の女性像にいかなる変化がもたらされたのかについて、消費の視点から論じたものである。20 世紀転換期に興隆してゆく消費文化の重要な担い手として白人中産階級女性が想定され、①その重くなる消費者としての役割が「共和国の母」という伝統的な女性像に何らかの変化を生じさせることになったのではないか、②20 世紀初頭の「新しい女性」像を担う大都市の労働者階級や中産階級の若い女性ではなく、地方で暮らす家庭の主婦に消費文化はどのような影響を及ぼしたのか、という問題意識から論が展開される。 第 1 章では、特に目新しいことが述べられているわけではないが、19 世紀から 20 世紀初頭の女性像が丁寧に整理されている点は評価できる。独立革命期の女性の消費行動がイギリスへの異議申し立て行動である不買運動を支え、本来は私的な行動である「買い物」に政治的な意味が与えられたと述べられる。女性参政権運動が盛り上がりを見せた 20 世紀転換期の「新しい女性」は、一見すると家庭を領域とする従来の女性像を打ち破るもののように思えるが、結局のところ妻・母としての女性の存在意義を形を変えて再生産したに過ぎないと結論する。 第 2 章もまた、20 世紀転換期アメリカ社会の工業化や移民の流入の様子が丁寧に概観されているものの、新しい発見があるわけではない。しかし、工業化や人口の増加に加えて概ね好況であったことがもたらした大衆消費社会において、消費行動が自由や民主主義の可視的表現となり、物質的幸福の実現がアメリカ的生活様式とされるようになってゆくさまを誠実に追った点は評価できる。 1910 年～1920 年の『レディース・ホーム・ジャーナル』を一次資料として使った第 3 章では、「女性自身のための消費を促したもの」、「家族のための消費を促したもの」、「戦う国家のためのもの」の 3 つに記事や広告を分類し、実証的な分析が行われている。「女性自身のための消費」の分析から、「ほっそりした手」や「つるつるの肌」といった外見上の美しさは衛生観念と結びつき、20 世紀初頭の「女らしさ」の要件になったと述べられる。「家族のための消費」の分析では、医師や看護婦といった専門家の意見に権威づけられた広告から、家事や育児に効率性や合理性、科学的な正しさが付け加えられたことが明らかにされた。「国家のための消費」では、物質的幸福が特徴のひとつであるアメリカ的生活様式を維持するために、戦時中でも賢明な消費を行うよう女性に呼びかけられていたことが実証的に述べられている。 本論文は、20 世紀初頭、「共和国の母」像や性別役割分業体制に基づくリスペクタブルな白人中産階級的家庭観は、再生産あるいは強化されたと結論づけ、その点では先行研究をなぞるにとどまる。しかし、専門家を権威づけに使った広告に見られるように、家庭の主婦の「女らしさ」に効率性や合理性が組み込まれようとしていたという指摘は評価できよう。一方で、「女らしさ」と効率性・合理性・科学の関係を論ずるには、『レディース・

	ホーム・ジャーナル』のみの分析では不十分である。階級や人種、エスニシティによる偏差を考慮しなければ、アメリカの女性像を論じたことにはならないであろう。そのためには、労働者階級やアフリカ系アメリカ人の「女らしさ」に関する考え方や、「家政学」のような新しい学問について言及する必要があった。 　本論文では、このような大きな課題を残しているが、その構想・論旨・結論ともに、修士論文として十分に評価に値するものである。 　2020 年 2 月 20 日、北九州市立大学北方キャンパス本館 E-302 教室において、審査員全員出席のもとで最終試験を実施して学力を確認し、論文の説明を受け、質疑応答ののちに、全員一致で当該論文が修士（国際学）として十分な内容であると判定した。