
特集 揺らぐジェンダー——地域社会から考える

インド英字女性雑誌を読む*¹

90年代都市ミドル・クラスの女性言説

Reading Popular English Magazines for Women in India from the 1970s to 90s

押川 文子*

OSHIKAWA Fumiko

キーワード：都市ミドル・クラス，女性雑誌，主婦，消費主義，インド

KEY WORDS: urban middle class, women's popular magazine, housewife, consumerism, India

This paper tries to discuss the nature of transformation of gender discourse among the urban middle class in India, by examining two leading English popular magazines, *Woman's Era* and *FEMINA*. Most of the readers of these magazines have been small elite group in the big cities, belonging to the households of educated executives, officers and professionals. As educated, 'progressive' and still 'Indian' elite women, the women's images in these magazines in the 70s were characterized by vivid concern over the social and political matters, combined with roles as good wife and wise mother. This image of 'modern' Indian woman in the postcolonial India has gradually eroded. In case of *Woman's Era*, the discourse of women has come to focus on the role of wife and mother. Many of its short stories of the 90s propagate the role of housewife as the foundation of Indian society, criticizing the consumerism of the 'new rich', especially that of working woman. At the same time, housewife of the 90s is regarded as a path of self-realization for women. On the contrary, *FEMINA* has introduced much of 'international' element in almost every content in the 90s. The sharp criticism and activism-oriented reports have been replaced by sophisticated fashion, 'life style' pages, advertisements, and stories of individual achievements. *FEMINA*'s new message is to encourage the young girls to 'achieve' something, whatever it is. The value-oriented images of 'women of urban middle class' have disappeared. Behind these transformations, we could see the changing position of the urban middle class in contemporary Indian society, from the hegemonic intellectuals to a part of emerging heterogeneous 'new middle class'.

* 地域研究企画交流センター教授 Professor, JCAS

はじめに

1970年代から80年代のムンバイ（ボンベイ）で子供時代からカレッジまでを過ごした社会学者ジョティ・プリは、ムンバイの都市ミドル・クラス*²の女性のセクシュアリティの語りを分析した著書の序文に、自らのセクシュアリティ形成の原形となる経験を以下のよ
うな言葉で語っている。

「もし私の世代の経験をおおまかに述べよと言われれば、それは良き母、妻、そして嫁としての私たちの伝統を攪乱することなく、近代インドを体現することを期待された、と答えることになる。家庭でも学校でも、私たちは立派な成績をあげ、競い、そして優ることを求められた。私たちの教育は、専門職に挑戦する準備を与えるとともに、結婚を通じた社会的な上昇も用意した。このミドル・クラス、都市というコンテキストのなかでは、ミッション系私立学校出身であることときちんとした英語はよい結婚の前提条件だった。しかし時には、伝統と近代性の間の想定された区分が揺らいで、私たちへの社会的期待が曖昧になることもあった。例えば、デートや結婚、さらに子育てが学校で話題になるときは、結婚は近代的な言葉で、つまり愛に基づくパートナーシップ、とされたけれども、最初の妊娠は結婚後少なくとも2年はおいて、とも忠告されたのだった。親としての成熟した関係に移行させながらも、新婚の輝きをすぐには失わないように、と。」[Puri 1999: ix-x]

現在はアメリカの大学で教鞭をとるジョティ・プリのこの述懐は、独立後ある時期までの、インドのミドル・クラスの家族観、あるいはそれを前提とする女兒の社会化のあり方をよく示している。それはおそらく以下の3点に要約しうるものであろう。

その一つは、伝統と近代の二つの価値を体現する存在としての女性という期待である。ただ彼女自身も指摘しているように、伝統も近代も、そして両者の関係も自明のものではありえない。植民地状況におかれた都市知識人のナショナリズムのなかで、インド的なるものの砦として「内なる世界」、つまり家庭や女性の「伝統」が再編されたことはよく知られている*³。パンジャーブ出身の家系に生まれ、大都市ムンバイの「マルティ・エスニック」なミッション系私立学校に学んだジョティ・プリにとっての伝統も、パンジャーブの特定コミュニティの女性規範そのものではなく、近代以降「インドの伝統」として再編されたものであろう。その意味では、「良き母、妻、嫁」としての正しい伝統は、近代の裏面でもあった。そしてインドの近代女性は、かつての無学で依存的な女性ではなく、聡明で教育を受け、自己規律をもち、家庭内とともに社会的にも責任を負うもの、すなわちナショナルなインドに貢献すべき存在でもあった。

この点は、二つ目の特色としてエリート意識に支えられた規範性を導く。正しい伝統を身につけ、かつ進歩的でナショナルな近代の女性という自己規定は、その他者として「正しくない」伝統や様々な因習、近代化に遅れた大衆の世界を想定するものである。しかも、両者の間の線引きは、「家庭でも学校でも、立派な成績をあげ、競い、そして優る」という努力の過程で内在化され正当化される。「きちんとした英語」は、単に植民地の遺制や出身階層を示す表徴だったのではなく、正しく伝統的かつ近代的であろうとした努力の証であり、それゆえに逆説的だが「ナショナルな」エリートとしての存在を示すものだった。

ジョティ・プリの語りの三つ目のキーワードは、「愛に基づくパートナーシップ」としての結婚である。一組の男と女が愛し合って家庭を作るという近代家族のロマンティック・ラブ言説は、多くの非西欧地域に複雑な影響を与えてきた。婚姻に関して厳しいカースト規制をもち、愛はもちろん同意すら求められなかったインドの上位カーストの間でのロマンティック・ラブ言説の衝撃は大きく、近代文学のなかでも愛と、多くの場合はインドの規範的社会通念のなかで悲劇に終わるその結末が取り上げられてきた。大都會のマルティ・エスニックなミッション系学校のなかで語られる「愛に基づくパートナーシップ」は、近代的であろうとする若い女性たちの心情のかたちである。しかし同時に、その愛はロマンティックなだけでは終わらない。ロマンティックな新婚生活から「成熟した」父親・母親関係への移行が示唆されているように、愛は近代的で専門職について自立しようとする女性が、慣習や強制によるものではなく自ら進んで、「良き妻、母、嫁」に、つまり正しいインドの伝統の真髄である家族の中核に転身するための媒体でもあった。

ジョティ・プリの短い記述から、少し読み込み過ぎたかもしれない。ただ彼女の記述は、大都市部のミドル・クラスの少女たちや若い女性が、植民地期以後という時代のなかでインドの近代と伝統、エリートと大衆、そして愛の問題を、引き受けざるを得ない存在であったことを示している。そして彼女の記述に見る限り、その規範的な答えは、「近代的」女性として「愛」によって「伝統的」家族を守る、というものだった。この生きるには難

- * 1 本稿は文部省科学研究費特定領域研究 (A)「南アジアの構造変動とネットワーク」第5班「ジェンダーと構造変動」班の成果の一部である。
- * 2 インドでは「ミドル・クラス」という語は、植民地下で形成された専門職域の知識人を中心とする人々を指す語として定着してきた。上位カーストを主体に構成され、英語高等教育を受け、植民地行政の実務になうとともにナショナリズムの指導者層を供給し続けた、少数ではあれ強い影響力をもつこの層は、独立後の国家建設においても、政治経済社会のほぼすべての面で主導的な役割を果たした。地主や旧支配層に対して「ミドル・クラス」であるとともに、イギリス支配と大衆の間にあるという意味でも「ミドル・クラス」であり、そのことに歴史的責任を自負してきた層でもある。ジョティ・プリのいうところのミドル・クラスはまさにこの意味である。この層にとっては、英語メディアによる質の高い教育が社会的地位の世代間継承の唯一の方策であり、従来の独占的な地位は崩れてきたものの、専門職や上級管理職などにつく傾向は今も強い。ところが、1980年代以降、「ミドル・クラス」という語は、消費志向が強く購買力をもつ中～高所得層を指す言葉としても多用されるようになる。この新しい「ミドル・クラス」言説を支えてきたのは国立応用経済研究所 (National Council of Applied Economic Research, NCAER) が実施している所得階層別消費行動に関する継続的調査「世帯別市場情報調査 (Market Information Survey of Household, MISH) である。一般には MISH における中所得層 (Middle Income Group)、上位中所得層 (Upper Middle Income Group)、高所得層 (High Income Group) の3グループの計が「ミドル・クラス」の一応の規模として、ジャーナリズムや市場分析の場で便宜的に用いられている。MISH は、80年代から90年代にかけて「ミドル・クラス」の規模の急速な拡大を明らかにしたが、その過程で、単なる所得階層という意味を超えて、消費志向が高く社会への関心よりもむしろ個人生活を大切にする生活スタイルをもつ人々、という文化的社会的なイメージが付与されるようになった。高学歴者が多く資産もある従来の意味での「ミドル・クラス」の多くは、この所得階層としての「ミドル・クラス」にも含まれるが、後者のなかには中小企業主や上層農民、あるいはカーストでは中～下位集団のなかの富裕層など多様な人々が含まれている。本稿では、従来の概念を「ミドル・クラス」、後者のそれを「新中間層」と便宜的に使い分けることにする。
- * 3 Partha Chatterjee が概念化した「内なる世界」[Chatterjee 1989] は、80年代から90年代のインド社会史研究において中心的な論点の一つとなった。詳しくは竹中千春による紹介 [竹中 1999] を参照。またインド近代史研究におけるジェンダー論については、粟屋利江が要を得たレビューを行なっている [粟屋 1995]。

しい愛の言説を支えたのは、ナショナリズムだったといえるかもしれない。

しかしその後、この都市ミドル・クラス的生活スタイルや価値観の変化を示すような現象が多くみられるようになった。結婚年齢は上昇し、必ずしも結婚という形式にとらわれない女性たちも増加している。最初の一言で出自や教育水準がわかるような英語にかわってアメリカ風英語が流行り、消費がステータス・シンボルの重要な要件となった。性をめぐる表現も随分自由になった。こうした変化の現象の下で、都市ミドル・クラスの女性像は、どのような変化をとげているのだろうか。1991年以降本格化する経済自由化は、一国自立型の「社会主義型社会」建設を標榜してきたインドにとって、単に経済政策の転換にとどまらず社会や思想といった面にも大きなインパクトを与えた。消費の多様化や情報のグローバル化といった直接的なインパクトだけでなく、ナショナリズムの重石のもとでそれまでは顕在化しにくかった風潮や主張が一気に噴出してきたのが1990年代である。変化は1990年代に始まるというよりも、むしろそれ以前から用意されてきたものであったろう。その意味では、新しい現象を一つ一つ追うことよりも、ジョティ・プリの回顧にもみたような規範的な女性像の変容に注目したいと考える。

本稿では、その手がかりとして、都市ミドル・クラスの女性たちに広く読まれてきたある英字女性雑誌を取り上げる*4。1990年代の半ばにテレビの民営化と多チャンネル化が進むまで、インドのメディアの中心は、活字メディアと映画だったといつてよい。映画やテレビに比べて雑誌や新聞など活字メディアは、受け手側の社会階層が比較的明確にあらわれるメディアである [National Readership Study Council 1999]。とくに英字雑誌は、言語自体が読者を規定する。本稿で主な資料とする Woman's Era 誌 (以下 WE 誌と略す) は1973年の創刊の、大都市部を中心に購読されてきた雑誌であり、1999年現在の発行部数と推定読者数では英字女性雑誌としては全国2位の位置にある。1990年代に入ってライバル誌 FEMINA 誌 (以下 FN 誌と略す) が大きく誌面を変え、ヴィジュアルな女性雑誌の創刊が相次ぐ中でも、「教育を受けたミドル・クラス女性」としてのスタンスを比較的維持している雑誌として知られている。

第I節において、インドにおける活字メディアの階層性を念頭において、資料として取り上げる女性雑誌の読者層について簡単に触れ、第II節以下では創刊時から90年代末までの WE 誌の変化を FN 誌と比較しつつ概略する。第III節では WE 誌の人気ページである「短編小説」を中心に、90年代の女性雑誌における都市ミドル・クラスの女性をめぐる言説を考察する。

* 4 インドの女性雑誌に関する研究は、1991年に Economic and Political Weekly 誌の女性研究特集で雑誌が取り上げられた前後から少しずつ増加しているが、本格的な読者調査を含むものは少ない。そのなかで比較的関心を集めているのは、植民地期のナショナリズムとジェンダーの関連に注目するものと、最近の女性雑誌にみられる女性の商品化と家父長的イデオロギーなどをテーマにするものである。前者の例としては [Bannerji 1999] [Shukla 1991] [Talwar 1987] など、後者の例としては [Chanda 1991] [Srilata 1999] [Wolf 1991] など。

I. インドにおける活字メディアと女性雑誌

あらためて述べるまでもなく、女性雑誌の分析は多くの地域で、女性史、文学史、社会史、あるいはいわゆるカルチュラル・スタディーズと呼ばれている一群の研究のなかで、数多くの研究を生み出してきた。その背景には、女性を読者と想定して書かれ、多くの場合は10年、20年といったタイムスパンで女性をめぐる様々な言説をたどることができるという資料としての便利さに加えて、他のジャンルの雑誌と比べた場合に女性雑誌に顕著にみられる以下のような性格があるだろう。

その一つは、雑誌の作り手と読者の間に往々にして醸成される濃密な一体感である。投書欄や身上相談欄、あるいは実録風の記事などは多くの女性雑誌にとって重要な誌面の一部であり、それらを通しての経験の共有や共感はこのジャンルに強くみられるものである。川村邦光が『女学世界』を題材に描き出したような世界 [川村 1993; 1994] は極端な例だとしても、ある種の感覚共同体とでもいった一体感をもつものは珍しくない。当然こうした一体感は、他の雑誌との差異化を前提とする。ファッションや料理、旅行、インテリア、恋愛と結婚、占いなど、きわめて類似した内容をもつ膨大な数の女性雑誌が共存するの、その表現の「わずかな」差異が「わたくしたち」の成立の前提となるからである。逆の言い方をすれば、女性雑誌は、読者層のなかの潜在的な差異に言葉を与え、あるかたちに顕在化させるという性格をもっている。

この点は、階層や年齢、既婚・未婚、教育、世代、さらに嗜好性など様々な基準で読者ターゲットを想定するという女性雑誌の二つ目の特色にもつながる。もちろん実際の読者がこの想定されるターゲットとぴったり重なるわけではないが、その読者の広がり、限定された読者ターゲットを前提とした読者側の越境と、その越境を織り込んだ編集によってもたらされるものである。現代の日本で高価な服飾や優雅な社交生活の記事を売り物にしている雑誌のように、極端な場合にはこの越境組が読者の大半を占める場合もあるだろう。後述するようにインドでは女性雑誌は男性にもかなり読まれているが、こうした行為もある種の越境である。しかしその場合でも、その越境という読みの行為に意味をもたせるのは、雑誌がねらう読者ターゲットの限定性にある。

このように女性雑誌には一般的に読者ターゲットの限定性とそれを前提とした「わたくしたち」のメディア、つまり差異化のメディアという傾向がある。

では現在でもなお女性のほぼ半数が非識字人口であり、現地語と英語が重層的に機能しているインドのような社会では、この女性雑誌の差異化という特質はどのようにあらわれるのだろうか。おそらくそこには二つの側面があるだろう。一つは「読む」行為自体の階層性であり、その階層性が「わたくしたち」の言説にどのように反映されるのか、という問題である。もう一つは、例えば都市ミドル・クラスといった比較的均質な層のなかで、どのような差異化があらわれるのか、という問題である。ここではいくつかの指標を手がかりに、前者の問題についてまず触れておきたい。

1. 「読む女性」の規模

はじめに問題となるのは、「読む」という行為自体の普及、つまり読む能力と読む習慣の偏在であろう。表1は、1971年、81年、91年の3時点で、学校教育年数別人口の全年齢人口に占める比率を推計したものである。ただし、一般にインドの教育統計にはかなりの誤差が含まれていることに加えて、学制が整っていなかった独立前から1960年前後までに幼年・青年期を過ごした人口については、学校教育年数がそのまま識字水準を示すとは限らない。また英語教育については、学校間格差もきわめて大きい*5。したがって表1は、あくまでも目安としての推計値であるが、そのことを念頭においても「読む」潜在人口比の絶対的な小ささが示されている。かりに現地語雑誌を読むために必要な就学期間を7年以上、英語雑誌のそれを12年以上と考えた場合、女性の人口に占める比率は前者の場合1971年で5%弱、91年でも12%程度、後者の場合はさらに小さく71年では2%にもならず、91年で5%を超える程度である。これらの数値が全年齢に占める比率であることを考慮しても、少なくとも90年代初頭までの時期では、女性雑誌の潜在的な読者はインド社会の一部に限られていた。ただし、90年代の中等～高等教育生徒登録数の上昇と世代交代を考慮すれば、現在の数値は、71年から91年までの期間の伸びを上回る速度で上昇していると考えられるが、ここでは数値をあげることができない。

2. 言語別の活字メディア

英字新聞や雑誌の場合、この「読む」能力の偏在に加えて、地域言語との関係が問題になる。民間の市場調査機関が196の日報紙と263の雑誌を対象に実施した「全国読者調査1999年版 (National Readership Survey, 1999)」*6から、雑誌・新聞全体に関わる数値を表2にまとめておく。煩雑を避けるため地域言語についてはヒンディー語、およびマラヤラム語のみを取り上げた。ヒンディー語は多くの地域的ヴァリエーションを含みつつ北部から中央部にかけて広く使用されている言語で、これらの地域以外でも都市部を中心にかなりの話者がいるが、使用地域は教育発展の遅れた地域とほぼ重なる。一方、マラヤラム語は、インドのなかでは例外的に識字水準の高い南部のケーララ州に集中する言語である。この両言語は識字や教育普及という点からみるとインドの地域言語の両極に位置する言語であり、他の主要地域言語はほぼすべてその中間的状況、多くはヒンディー語に近い状況

* 5 独立以降、初等から後期中等 (12学年) までの公立 (地方自治体、連邦政府が設立運営している学校) や政府補助学校は、原則として各地域の言語をメディアムとしているが、私立学校は英語メディアムの場合が多い [押川 1998]。

* 6 インド広告代理店協会 (Advertising Agencies Association of India)、雑誌・新聞発行監督局 (Audit Bureau of Circulations)、インド新聞協会 (Indian News Society) が構成する「全国読者調査カウンシル (The National Readership Study Council)」がインド市場調査ビューロー社 (Indian Market Survey Bureau) を中心とする3社に委託して実施した調査。雑誌・新聞とともに、テレビの視聴率調査も含む。1999年からはそれまでの都市部に加えて農村部も対象とされている。1999年第1ラウンドの標本数は、約11万9千 [National Readership Study Council 1999]。

表1 学校教育年数別人口比ⁱの推計ⁱⁱ

単位：100万人、()内はパーセント

	未就学 ～3年未満		3年以上 ～6年未満		7年以上 ～11年未満		12年以上 ～14年未満		15年以上		計	
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
1971	172.1 (58.2)	214.7 (81.2)	73.6 (24.9)	36.9 (14.0)	24.0 (8.1)	9.0 (3.4)	11.8 (4.0)	2.8 (1.1)	2.6 (0.9)	0.7 (0.3)	295.9 (100.0)	264.1 (100.0)
1981	187.1 (53.0)	247.9 (75.1)	99.1 (28.0)	55.4 (16.8)	39.1 (11.1)	17.6 (5.3)	22.0 (6.2)	7.1 (2.2)	6.0 (1.7)	2.0 (0.6)	353.3 (100.0)	330.0 (100.0)
1991	201.5 (45.9)	278.7 (68.4)	122.4 (27.9)	78.5 (19.3)	63.7 (14.5)	29.1 (7.1)	40.7 (9.3)	16.9 (4.2)	10.9 (2.5)	3.9 (1.0)	439.2 (100.0)	407.1 (100.0)

注 i 全年齢人口に占める比率。

ii 応用人材研究所 (Institute of Applied Manpower Research, IAMR) による推計値。

出所 Institute of Applied Manpower Research, Manpower Profile India Year Book 1997, New Delhi, 1997, p.38.

を示している。なお、この調査では、表2(次ページ)の注(vii)に示すような世帯主の教育水準と職業を組み合わせた独自の社会経済地位指標を用いている。

さて、表2は、英字新聞・雑誌の読者層が、都市、それも人口規模100万を超える大都市に、また社会経済的階層では高い部分に集中していることを示している*7。一方、参照例として出したヒンディー語とマラヤラム語の地域言語では、それぞれの言語が主に使われている地域の識字状況を如実に示す結果となっている。ほぼ完全識字率が達成されたケララ州の州言語であるマラヤラム語の場合、階層による読者層の偏りが少なく、農村部においても成人人口のほぼ半数がマラヤラム語の日刊紙を日常的に目にしているが、北部から中央部の後進的地域を使用地域とするヒンディー語の場合は、現地語であっても印刷メディアはまだ農村部への普及は遅れ、その都市部でも貧困層に行き渡るまでには達していない。換言すれば、現代のインドには、都市部の中上層を対象とする英字新聞・雑誌の言語世界と、中小都市から農村に広がる地域言語のそれがあり、後者は地域の教育発展の状況によってかなりの相違が認められるのである。表2は、大都市部の高学歴層では、その過半が英字日刊紙を日常的に読んでいることも示している。

また新聞の読み方自体にも、言語別、新聞別の違いがある。各言語の主要新聞一部当たり読者数を推計すると*8、英字全国紙の場合は3人程度*9だが、地域言語誌は概ね10人を超える。英字全国紙の場合は、個人で、あるいは家族の間で読む習慣が定着し、地域言語誌の場合はいわゆる「回し読み」が行なわれていると考えられる。ここでも例外的なのはマラヤラム語であり、主要日刊紙の Malayala Manorama 紙約8人、Mathrubhumi 紙約4人となっている。マラヤラム語地域では、地域語新聞も英字全国紙と同じように読む

*7 この点はむしろ、高所得層・高学歴層が大都市に集中していることの反映とみるべきだろう。全国読者調査(1999年)ではA1階層の42%、そのなかの世帯月収1万ルピー以上のA1+階層の53%が8大都市に集中している。MISHでは、年収10万6千ルピー以上(総人口に占める比率は1995年で9.9%、96年11.3%)の人口50万以上の都市に居住する比率は1995年72.8%、96年68.3%となっている。

*8 全国読者調査による新聞別読者数推計値を雑誌・新聞発行監督局のまとめた発行部数(1998年上半期 [Indian News Society 1999] で除した数値)。

*9 英字全国誌で発行部数の第1位から3位までの新聞の数値は以下のとおり。Times of India 3.0人、Hindu 3.4人、Hindustan Times 3.3人。

表2 英字新聞・雑誌の読者層の推計

単位：パーセント

	英字新聞・雑誌				ヒンディー語新聞・雑誌				マラヤラム語日刊紙				
	日刊紙		雑誌		日刊紙		雑誌		日刊紙		雑誌		
(1)都市/農村	成人人口に占める読者比率 (1) ⁱ	人口に占める読者比率 (2) ⁱⁱ	読者に占める読者比率 (1)	(2)	州別都市部成人人口に占める読者数比率 (1) ⁱⁱⁱ	(2)	州別都市部成人人口に占める読者数比率 (1)	(2)	州別都市部成人人口に占める読者数比率 (1) ^v	(2)	州別都市部成人人口に占める読者数比率 (1)	(2)	
					Delhi 36.2 UP 34.0 Rajasthan 43.9 MP 37.4 Bihar 26.6		Delhi 32.2 UP 24.9 Rajasthan 22.8 MP 22.7 Bihar 27.6		Kerala 67.5		Kerala 59.3		
都市部計	*7.6	*88.2	*8.9	76.0	14.5	62.8	12.2	54.9	2.6	34.2	3.1	32.8	
8大都市 ^{vi}	15.4	46.0	13.7	30.2	9.8	10.9	9.6	11.0	0.1	3.6	0.4	1.3	
100万以上	7.3	9.2	10.9	10.1	26.2	12.4	18.3	9.0	7.2	10.4	8.3	9.6	
50万以上	7.8	8.1	10.3	7.9	21.4	8.2	16.1	6.4	2.9	3.4	3.5	3.4	
10万以上	5.1	12.9	8.0	14.9	13.7	12.9	12.2	12.0	3.3	9.6	3.9	9.1	
10万未満	3.1	12.0	4.6	12.9	12.9	18.6	11.1	16.3	2.4	10.3	2.9	9.3	
農村部計	0.4	11.7	1.2	23.8	3.6	37.2	4.2	45.1	2.1	65.8	2.0	67.2	
					州別農村人口に占める読者比率 (1) ^{vii}	(2)	州別農村人口に占める読者比率 (1) ^{ix}	(2)	州別農村人口に占める読者比率 (1) ^x	(2)	州別農村人口に占める読者比率 (1) ^{xi}	(2)	
					UP 8.5 Rajasthan 7.8 Bihar 3.9 MP 6.3		UP 8.2 Rajasthan 3.5 Bihar 9.3 MP 4.9		Kerala 51.1		Kerala 50.4		
(2)社会経済階層 ^{viii} (全インド・都市部)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1) ^{viii}	(2)	(1) ^{ix}	(2)	(1) ^x	(2)	(1) ^{xi}	(2)	
区分	推計成人比率												
A1+	2.0	54.0	*14.1	51.0	*11.3	22.8	*3.1	25.0	*4.0	2.1	*1.6	2.7	*2.3
A1 ^{xii}	4.3	44.0	*24.9	41.9	*20.0	26.2	*7.8	26.4	*9.3	2.8	*4.8	2.9	*5.1
A1+A2	10.9	32.5	46.8	32.9	40.5	27.1	20.5	26.1	23.4	2.6	11.1	2.5	11.6
B1+B2	18.5	13.0	31.7	15.6	32.7	23.8	30.5	19.6	29.9	2.6	19.0	2.4	18.4
C	21.8	5.1	14.6	7.1	17.3	16.6	25.1	13.2	23.7	2.6	21.7	2.3	21.0
D	22.6	1.6	4.9	2.6	6.7	10.0	15.6	8.0	14.8	3.3	29.2	3.0	28.1
E1+E2	26.1	0.6	1.9	1.0	2.8	4.6	8.3	3.8	8.2	1.9	19.2	1.9	20.9
			100.0	100.0			100.0				100.0		100.0

注 i 規模別都市および農村人口に占める推計読者比率。
 ii 該雑誌の総読者に占める規模別都市および農村の読者比率。
 iii ヒンディー語を州言語とする州のうち若干の例。なおUPはUttar Pradesh, MPはMadhya Pradeshを示す。
 iv 全インド都市成人人口に対する比率。ヒンディー語が支配的ではない地域も含む。
 v 全インド都市成人人口に対する比率。マラヤラム語が支配的ではない地域も含む。なおケララ州には8大都市は含まれていない。
 vi 1991年時点で人口200万以上の8都市。大ムンバイ都市圏 (1260万)、カルカッタ (1102万)、デリー (842万)、チェンナイ (542万)、ハイデラバード (434万)、バンガロール (413万)、アフマダバード (331万)、カーンプル (203万)。
 vii この調査では、世帯主の教育水準と職業を組み合わせた以下の階層区分を用いている。

教育水準/職業	非識字	学校教育 4年未満	学校教育 9年未満	後期中等 学校卒	学士レベル未満 のカレッジ教育	学士卒以上 (一般)	学士卒以上 (専門教育)
非熟練労働	E2	E2	E1	D	D	D	D
熟練労働	E2	E1	D	C	C	B2	B2
零細商業	E2	D	D	C	C	B2	B2
商業	D	D	C	B2	B1	A2	A2
企業主	従業員無	D	C	B2	B1	A2	A1
	1-9人	C	B2	B2	B1	A2	A1
	10人以上	B1	B1	A2	A2	A1	A1
自営専門職	D	D	D	B2	B1	A2	A1
事務/販売職	D	D	D	C	B2	B1	B1
監督職	D	D	C	C	B2	B1	A2
中間管理職	C	C	C	B2	B1	A2	A2
上級管理職	B1	B1	B1	B1	A2	A1	A1

なおA1+は、A1のうち、世帯月収が1万ルピー以上の世帯。
 viii 全インドの当該階層に占める比率。ヒンディー語を地域言語とする州の数値ではない。
 ix 注viiiと同様。
 x 全インドの当該階層に占める比率。マラヤラム語を地域言語とする州の数値ではない。
 xi 注xと同様。
 xii A1はA1+を含む。

出所 National Readership Studies Council, National Readership Survey, 1999-Round I 関連ページから作成。
 読者の定義は、それぞれの刊行物の発行間隔期間内の当該新聞・雑誌読者。すなわち日刊紙の場合は前日の読者数、その他の場合は、最終刊行日から発行間隔日数をさかのぼった期間の読者数。

習慣が広く定着しているとみられるのである。こうした読み方の違いは、新聞の性格も反映している。ヒンディー語の場合、伝統のある Aj 紙の平均読者数は約5人だが、現在発行部数で1位と2位を占める Dainik Jagran 紙、Dainik Baskar 紙の場合はそれぞれ11人と18人である。前者はウツタル・プラデーシュ州内、後者はマッディヤ・プラデーシュ州内の複数の中規模都市から刊行され、地元の利害に密着した情報や地域の政治記事を中心に読者を獲得してきた。J. ロビンは、地域言語による新聞の動向をまとめた一連の論文のなかで、高等教育の大衆化、つまり地域言語による中等教育からカレッジ・レベル教育が中小都市や農村部に普及するにしたがって、各地で地域語新聞が急速に拡大しているが、独立前に創刊されインド・ナショナリズムに歩調を合わせてきた伝統ある地域語新聞のなかには凋落傾向が目立つ新聞がかなりあり、替わって、身近な、憶測やスキャンダルも含めた情報や広告を掲載する新興紙が部数を伸ばしていることを指摘している [Robin 1997a~1997k]。Dainik Jagran 紙などが広く回し読みされる背景には、地域語識字水準の向上だけでなく、活字メディアへの期待の変化があるとみてよいだろう。比較的早くから地域語の識字率の向上がみられた地域では、多くが独立以前に創刊され地域の中核的新聞として成長してきた新聞が農村部も含めて広く定着したのに対し、識字水準向上の遅れた地域では近年になって新しいタイプの大衆紙が新識字層を中心に部数を伸ばしていると考えられる。換言すれば、現在では、英字紙と地域言語紙の間には、大都市とその他の地域という読まれる場だけでなく、紙面の内容、あるいはそれに反映される読者の期待という点においても、隔たりが大きくなっているのである。

こうした傾向は、英字メディアのグローバル化現象によって、別の方向からも強められている。とくに雑誌ではこの傾向が著しい。とくに1990年代にはいると、経済自由化が進行するなかで、後述する女性雑誌などを中心に、欧米雑誌との提携や翻訳記事の掲載、生活スタイルの紹介、国際ブランド商品の広告などを多数含む「国際的水準に洗練された」誌面構成が広まってきた。まとめれば、長らくインドの「ナショナル」な言論において支配的だった少数の大都市ミドル・クラスを主な読者とする英字メディアは、一方では新しい識字層の大規模な登場とそれにとまなう活字メディアのローカル化・大衆化、他方では英字メディア内で進行する「国際化」のなかで、言論形成の棲み分け、あるいは分散ともいえるべき状況に直面している。

3. 女性雑誌とその読者

最後に主要女性雑誌の読者層についてまとめ、本稿で取り上げる WE 誌と FN 誌の相対的な位置を確認しておきたい。

表3(次ページ)は、英語とヒンディー語の代表的な女性雑誌を例に、全国読者調査からいくつかの指標をまとめたものである。例にあげた女性雑誌のうち、FN 誌と WE 誌は、発行部数、推定読者数のいずれにおいても英字誌のなかで全国第1位と2位を占める。Cosmopolitan 誌は同名のアメリカの女性誌との提携のもとに1996年に発刊されたもので、

表3 女性雑誌の読者層

単位：パーセント

	英字女性雑誌						ヒンディー語女性雑誌			
	FEMINA ⁱ		Woman's Era ⁱⁱ		Cosmopolitan ⁱⁱⁱ		Sarita ^{iv}		Grihashobha ^v	
推計読者数(千人)	1847		1125		176		4092		6735	
発行部数(千部)	143		88		不明		168		313 ^{vi}	
1部当たりの読者数	12.9		12.8		-		24.4		21.5	
	推計読者率	読者に占める比率	推計読者率	読者に占める比率	推計読者率	読者に占める比率	推計読者率 ^{vii}	読者に占める比率	推計読者率	読者に占める比率
都市・農村	0.3		0.2		0.0		0.7		1.1	
都市	0.9	91.2	0.6	92.4	0.1	100.0	1.5	66.1	2.7	74.6
8大都市	1.7	43.9	1.2	48.4	0.4	96.0	1.2	14.3	2.6	18.4
100万以上	1.0	11.2	0.5	9.6	-	-	2.7	13.1	4.7	13.9
50万以上	1.0	8.5	0.6	8.5	0.0	4.0	1.8	7.2	3.9	9.5
10万以上	0.8	16.7	0.4	15.2	-	-	1.5	14.8	2.5	14.9
10万未満	0.3	11.0	0.2	10.5	-	-	1.1	16.6	2.0	17.9
農村部	0.0	8.8	0.0	0.0	-	-	0.3	33.9	0.4	25.4
社会経済階層(都市部)										
A1+	7.8	16.7	5.6	19.6	1.4	28.4	4.4	5.8	8.6	6.2
A1(A1+を含む)	5.8	27.1	4.0	30.4	0.9	39.2	4.3	12.5	8.4	13.3
A1+A2	4.2	49.3	2.6	51.0	0.6	63.1	4.1	30.7	7.9	31.6
B1+B2	1.5	31.0	0.9	29.0	0.1	26.7	2.9	36.1	5.0	34.1
C	0.6	14.8	0.3	13.0	0.0	6.8	1.3	19.8	2.6	20.6
D	0.1	3.6	0.1	5.3	0.0	3.4	0.6	8.9	1.1	9.2
E1+E2	0.0	1.1	0.0	1.7	-	-	0.2	4.4	0.5	4.5
職業										
公務員(上級),管理職,実業家,被雇用専門職	3.2	16.2	1.7	14.4	0.5	26.7	3.2	7.2	5.1	7.1
自営業	0.0	0.3	0.0	0.7	0.0	1.1	0.5	2.6	0.7	2.4
商店主	0.6	6.2	0.2	3.4	0.0	5.7	1.4	6.8	2.3	7.0
事務職・販売員・教員(初等~中等教育)	1.1	11.7	0.8	14.2	0.1	15.3	2.6	11.9	4.2	11.8
熟練労働者	0.1	2.4	0.1	3.0	0.0	1.7	0.4	3.2	0.7	3.3
非熟練労働者	0.0	1.3	0.0	0.1		-	0.2	2.5	0.3	2.1
学生	1.0	32.1	0.5	26.8	0.1	27.8	1.8	24.8	2.7	22.8
主婦・無職	0.2	28.5	0.1	36.6	0.0	21.6	0.5	33.7	0.9	39.1
その他(農業・漁業等)	-	-	-	-	-	-	0.2	7.2	0.2	4.3
年齢(都市部のみ)										
15-19歳	0.4	20.8	0.2	17.3	0.0	13.0	0.8	18.3	1.2	18.2
20-24歳	0.4	18.8	0.3	19.7	0.0	23.3	1.0	21.5	1.7	21.2
25-34歳	0.4	30.2	0.2	26.8	0.0	33.5	0.7	26.7	1.3	29.8
35-44歳	0.3	15.7	0.2	20.4	0.0	16.5	0.7	18.2	1.1	18.4
45歳以上	0.2	14.6	0.1	15.7	0.0	14.2	0.4	15.2	0.5	12.3

注 i 1959年創刊。発行元はBennet, Coleman and Co.。日刊紙Times of Indiaの系列。

ii 1973年創刊。発行元はDelhi Press Patra Prakashan。

iii 1996年創刊。アメリカの女性雑誌Cosmopolitanとの提携のもとに、Living Media India Ltd. から刊行。英字週刊誌 India Todayの系列。

iv 1945年創刊。発行元はDelhi Press Patra Prakashan。

v 1979年創刊。発行元はDelhi Press Patra Prakashan。

vi Grihashobhaはヒンディー語の他、カンナダ語などでも刊行している。発行部数が確認できるのは、カンナダ語(11万7千部)、グジャラーティー語(6万2千部)。

vii ヒンディー語が支配的でない地域を含む全インドが対象。

90年代半ば以降創刊された新しい英字女性雑誌の例として取り上げた。一方, Grihashobha 誌と Sarita 誌はヒンディー語の女性雑誌としては1位, 2位であり, 前者は女性雑誌というよりもむしろ家庭雑誌として広く読まれている。この5誌のうち, WE 誌, Sarita 誌, Grihashobha 誌の3誌はデリーにある同一の雑誌社から, 読者ターゲットを変えて刊行されている。

表3に示すように, 女性雑誌の場合は, 雑誌一般よりもさらに, 大都市中心に, また社会経済階層では上層に集中する傾向が認められる。とくに英字雑誌では3誌とも90%を超える読者は都市人口であり, Cosmopolitan 誌はともかく他の2誌も, 8大都市だけでほぼ半分を占める。ヒンディー語の雑誌でも読者の3分の2から4分の3が都市部に集中しているが, 大都市への集中の程度は低く, それぞれの雑誌の読者に占める都市規模別の割合をみると大都市から地方都市までほぼ均一に分布していることが示されている。

職業については, 若干の留意が必要である。本稿で資料とした「全国読者調査1999年」の全国版報告書には男女別読者に関する数値が明示されていないが, データ自体には含まれており, 女性読者の占める比率は, WE 誌の場合60%^{*10}, FN 誌は50%強^{*11}, その他の場合もほぼ同じ程度である^{*12}。この調査は「購読者」調査ではなく読者調査であるため, 家族や職場などで雑誌を目にするかなりの男性が読者としてカウントされているのである。1部当たりの推定読者数も, 1冊の雑誌が回し読みされていることを示している。この点を留意した場合, 読者の職業分布の実態はどのように考えられるだろうか。まず主婦・無職のカテゴリーの大半は主婦もしくは家庭にいる女性であり, 学生読者の少なくとも半数以上が女子学生であると想定すると, どの雑誌も読者の40~50%程度が主婦・無職, および学生のなかの女性部分になる。読者全体に占める女性の割合を60%程度とした場合, この両者の差が女性自身の職業によって区分された部分, 残りが男性読者の職業区分と推定される。男性読者の多くがみずから購入した読者というよりも家庭内にあった雑誌を目にする読者であり, 夫や父の職業が世帯の職業威信を決定するとするならば, 主婦と学生の属する世帯の職業区分はほぼこの両カテゴリー以外の区分比に近いであろう。これらの点を前提とした場合, 英字女性雑誌の読者(およびその世帯)の職業区分において突出しているのは, 上級公務員, 管理職, 被雇用専門職などの区分であり, 続いて公務員や教員, 事務職などのホワイト・カラー層が続く。一方, ヒンディー語の2誌の場合は, ホワイト・カラー層がもっとも多く, 上級公務員・管理職・被雇用専門職区分, 商店主区分が続き, 若干ではあるがブルー・カラー層も含まれている。

以上のように英字女性雑誌と地域言語の女性雑誌の間には, かなり明確な読者の違いがある。英字女性雑誌の読者は, 少なくとも言語能力の面では地域語女性雑誌を読むことは

*10 WE 誌発行元のパンフレットに基づく。

*11 FN 誌編集とのインタビューによる(2000年2月15日)。

*12 インド市場調査ビューロー社でのインタビューによる(2000年2月14日)。

可能であることを考慮すれば、英字女性雑誌の成立は、まずなによりもインド社会における大都市、高学歴、高い職業威信といった階層的なアイデンティティを前提とするものになろう。本稿では都市ミドル・クラスに注目するため、英語女性雑誌を対象として分析し、地域語女性雑誌については今後の課題としたい。

では、英字女性雑誌のなかでは、何が個々の雑誌を成立させているのだろうか。表3にも示すように、Cosmopolitan 誌と他の2誌の間には、都市性や階層性などの面で、かなりの差が認められるが、主要2誌 FN 誌と WE 誌の読者層はきわめて近似的である。にもかかわらず、後述するように両誌の誌面には大きな隔りがある。理由を考えるヒントの一つは、読者に占める主婦の比率であり、この2誌のなかでは、WE 誌の主婦比率が高い。ちなみに読者の年齢をみると、FN 誌の読者が若干若い傾向はあるが、いずれもピークの年齢層は25歳～35歳である。今日のインドにおいて、英字女性誌を読む階層の主婦、つまり冒頭のジョティ・プリの言葉で言えば「専門職に挑戦する準備」にも「結婚を通じての社会的上昇」にも役立つ高等教育を受け、「良き母、妻、そして嫁」になろうとした女性たちがどのような雑誌を選ぶのか、つまり両誌の示す読者の差異性について、次節以下、内容の面から考えることにしたい。

II. WE 誌と FN 誌：英字女性雑誌の性格と変化

1. WE 誌：「解放された女性」から「主婦」へ

WE 誌は、Delhi Press Patra Prakashan Ltd. から1973年に創刊された。現在も同社の創業者 Vishwa Nath が編集長であるが、実質的にはその孫にあたる Divesh Nath が編集と営業の両面で実務にあたっている。FN 誌が、大新聞 Times of India の傘下であり、代女性編集長が編集にあたってきたのとは対照的である。Delhi Press Patra Prakashan Ltd. は WE 誌のほかに、子供向け雑誌（英語、ヒンディー語）、Sarita 誌や Grihashobha 誌などの女性雑誌（ヒンディー語のほかグジャラーティー語、カンナダ語など若干の地域言語でも刊行）、若者向け雑誌など10種以上の雑誌を刊行しており、基本的にはヒンディー語による総合的な雑誌社という性格をもっている。同社は、英字誌である WE 誌創刊以前にすでに Sarita 誌によって女性雑誌刊行の経験をもっており、初期の記事内容のほとんどは編集長自身が執筆したり直接企画にあたっていた^{*13}。

さて、WE が創刊された1973年は、経済計画の行き詰まりのなかで、学生運動や女性運動が、都市ミドル・クラスの若者を捉えていた時期にあたる。一部の女子学生の間ではジーンズの着用や喫煙が流行しはじめ、「独立インド」の輝きが徐々に失われるとともに、旧来の女性規範も自明のものではなくなり始めていた。そのなかで創刊されたWE誌は、創刊の辞として、インドでは独立運動と其後の国家建設のなかで女性の社会参加や法的平等はすでに達成されているのだから「女性解放」運動は必要でないこと、すでに解放さ

*13 実質的編集長 Divesh Nath 氏へのインタビュー（2000年2月6日～8日）。

れたインドの女性は、良き妻と母としての役割だけでなく広く国家と社会に貢献すべきこと、そしてその貢献には職業をもって自活するだけでなく良い市民としての様々な活動もあること、の3点を明確に述べている。換言すれば、WE誌は、ウーマン・リップが象徴する「西欧のように、女性が男性と同じになる」方向でも、また女性を家庭内に縛る保守的なインドの方向でもなく、家庭を守りつつ「良き市民」として社会と国家に貢献する女性像をめざす、としたのである。この70年代のWE誌の唱える女性像、あるいは主婦像は、19世紀以降、都市ミドル・クラスを中心に成立したインド的な近代家族における規範的な主婦像といってもよいだろう。

この創刊の辞にも示されているように、創刊当時から1970年代末頃までのWE誌は、娯楽雑誌というよりも読み物主体の教養雑誌という性格を強くもっていた。料理やファッションのページはほとんどなく、後に人気コラムとなる「身上相談」もまだ現われていない。グラヴィア・ページも少なく、白黒の写真が数枚掲載されている程度である。一例をあげれば、1974年1月上旬号(A6判150ページ)の内容は、以下のようになっている。

(1) エディトリアル：前年の1973年の社会や政治の状況を批判し、「首都デリーにおいても女性がひとりで歩けないような」犯罪増加・治安悪化の状況を指摘。民法の改正に際してムスリムを適用除外とした政府批判。また中国では女性は家庭と仕事の「二重の労働」を押し付けられており、男女の地位の問題は社会主義では解決できないと指摘。

(2) 特集記事

記事1：所得税を夫婦所得合算とする所得税改革案に反対。

記事2：害虫の駆除方法

記事3：「ウーマン・リップ」批判。ウーマン・リップが実現すると、女性のバス専用座席もなくなるし、男性と同じように働くことになる。

記事4：10代の子供との付き合い方。欧米の影響のもとで世代間の相違が大きくなっているが、必要なときには厳しく対処を。

記事5：育児欄。暴力と犯罪の温床を作らないためには、幼児期に家庭で「正直」と社会的マナーを教えることが必要。

記事6：不妊：原因と治療に関する医学的説明。

(3) 映画時評：ヒンディー語映画「Kashmakashi」

妻が実家に帰っている間に浮気した夫について「男には性的満足が必要だから仕方ない」という視点で制作されている、映像も低俗、と批判。

(4) 短編小説6本(後述)

この号だけでなく、70年代半ばの誌面はほぼ上記と同様な内容である。特色をまとめれば、政治や社会に対する関心の強さと家庭情報(害虫駆除といった実用情報や育児コラム)の共存と、「欧米型」ではないインド独自の女性像や家族像の主張の2点が指摘できよう。後者の場合、「欧米」は、インドとの対照例として、性的な自由や個人主義、ある

いは当時の「暴力的な」学生運動などにみられる若者の「反社会的」な行動などを象徴するものとしてイメージされている。育児記事の内容も、規律と教養を身につけた青少年の育成という視点が強い。またこの号の「不妊」に関する記事と同様に、女性の身体についての医学的な啓蒙記事も、この時期の WE 誌には多い。多くの場合は図説入りの詳細なものであり、子供を産むことが女性の最大の役割とされてきたインド社会のなかで、読者の関心の高かったことをうかがわせる。それとともに、「医学的、科学的」描写が女性の身体や性についての描写方法として許容されやすい、という点も指摘できるかもしれない。「医学的」であればきわめてリアルな「図」の掲載も、雑誌の発行者と読者の双方にとって、品位を損なうことなく受容可能だったであろう。そして最後に、服飾や商品情報のほぼ完全な欠落も、この時期の WE 誌の特色である。多様なデザインを前提とする洋服は西欧を模倣すべきでないインドの女性の日常着としては想定され得ないし、サリーやサルワール・カミーズなどインド服のファッション性が明確に認識されるのは、80年代半ば以降である。

上記のような70年代半ばの WE 誌の誌面は、冒頭に言及したジョティ・プリの子供時代の都市ミドル・クラスの女性言説とほぼ一致するものである。その誌面に大きな変化が生じるのは75年～77年にかけての非常事態宣言期を経て1980年代に入った頃からだった。非常事態宣言期は、インドのジャーナリズムの政府批判を大きく後退させるが、WE 誌からも政治社会批判が激減している。70年代末以降、再び政府批判記事は若干復活するが、かつてのような中心的な記事ではなくなった。WE 誌では1980年の7月に大判化とカラー化が図られ、それ以降、本格的に啓蒙的な読み物中心の教養雑誌から娯楽・情報誌への転換が進み、エディトリアルも1ページ分に縮小される。1980年代半ばには、身上相談が新設され、ファッション記事は複数のカラーに、またレシピ付きの料理記事も登場する。特集記事の内容も変化する。例えば1985年4月前半号の特集は、ムンバイの新しいショッピング・センターの紹介、ダイエットとフィットネス、「あなたの娘を将来性のある青年に紹介する方法」、人気歌手のインタビュー、良い幼稚園の選び方、乳幼児を感染症から守る方法、娘には家事の訓練を、などである。同10月前半号には、大型特集として「今一番進んでいる家電商品ガイド」が生まれ、肌の美容、「落ち込んでいる」夫への対応方法、夫を家に残しての外出、などが続く。各特集は短くなり、写真の比率が高まる。映画記事も、映画批評というよりも、スターのゴシップなどを交えた紹介記事に変わっていく。短編小説については後述するが、70年代半ばに比較すると、1本の長さが短くなり、内容も大きく変化している。

上記の傾向は、1990年代に入ると一層明瞭になる。国内・海外の人々と暮らしを取り上げる連続特集のような教養記事も若干残るものの、カラーグラヴィアが顕著に増加し、宝石やファッションが誌面の大きな部分を占めるようになった。毎年、一冊全部が「料理」記事で埋まる「料理特集号」や夏休み前には「旅行特集号」なども定例化し、「私はこうして夫と出会った」といった読者の体験談の連続コラムや「産婦人科医のコラム」など、

読者参加型や実録風の記事が増加する。一言でいえば、政治批判や社会的関心を前面に出した記事がほとんどみられなくなった反面、女性にとってまず大切なものは家庭であるとして、女性の生き方や家庭内の関係が取り上げられるようになり、ファッションや美容、あるいは室内装飾といった「女らしさ」や「主婦」感覚に訴える記事が増えてきている。

こうした変化の性格を考えるために、90年代末の特集記事のいくつかを取り上げておきたい。

まず、どの号にも必ずといってよいほど掲載されるのが、夫と子供との関係についての記事である。とくに、近年共働きが増えるなかで、教育を受けたミドル・クラスの間で離婚や別居が増加しているとして、結婚と家庭の大切さを訴えるものが目立つ。例えば1997年11月前半号に掲載された「結婚における調和」と題された記事では、結婚生活はばら色の夢ではなく、成功させるためには賢明で現実的な知恵が必要と説く。夫の家族と仲良くすること、とくに姑の嫉妬には寛容が必要、義理の姉妹とも仲良く、自分の親兄弟とはけじめのある関係を、料理上手は夫の心を捉える最良の方法、夫は家庭では無口なものと思得よ、人前で夫批判は厳禁、愚痴はこぼさないように、たとえ働いて疲れていても家は整頓して身ぎれいに、といった内容である。主婦の就労自体を全面的に否定する記事はほとんどないものの、家庭こそ第一といった論調も毎号繰り返される。例えば1997年11月後半号の「妻の経済力：結婚生活の作り手、それとも破壊者？」と題された記事では、かつては生活の糧の稼ぎ手として誇りをもっていた夫は妻が働き始めるとその誇りを傷付けられ、深刻な妻への心理的いじめが生じる場合もある、働く妻は「自分」よりも「わたくしたち」を優先する心構えが必要、と強調されている。1998年5月前半号の「女性の一人暮らし」という記事では、女性の一人暮らしは、冷たい社会の目にさらされるだけでなく、孤独と心理的な「落ち込み」が付き物であり、言い寄ってくる男にスキを見せてはならない、と厳しい。これらの「女は家庭」言説については多くの説明は要しませんが、かつて同誌が創刊間もない時期の特集記事で、夫婦合算の所得税課税に反対したことを想起すれば、四半世紀を経て「主婦」像への後退という印象は免れない。

こうした結婚と家庭の強調の背後には、「教育を受けたミドル・クラス」の危機感を指摘することもできよう。例えば、同じく97年11月前半号の「ソープ・オペラ」と題したコラム記事では、不倫と暴力ばかりの最近のテレビドラマにミドル・クラスの主婦までが釘付けになっている、と嘆く。このタイプの「低俗」な番組は「何も失うものがない下層階級」や「退屈しのぎの上層階級」のものであって、モラルの守り手であるはずの「わたくしたちミドル・クラス」の女性までも夢中になるとは何事か、社会全体の消費主義のなかで欧米文化の影響が強まり、女性が外で働くようになって男性との交際が増えたことにも原因がある、というのである。

紙幅も限られておりこれ以上の例示はしないが、80年代から90年代の WE 誌の変化の方向を大きくまとめれば、「解放された女性」として社会と国家に批判的な視点を持ちつつ貢献するという姿勢が急速に薄れ、「欧米文化を模倣する上層階級」や「無学な下層階

層」に対するミドル・クラスのアイデンティティが、「主婦」像の変化をとめないながら、家庭を守るという一点に集約されてきたということになる。すでに言語別活字メディアの偏在について触れたが、80年代から90年代にかけて「都市ミドル・クラス」の英語世界とは異なる地域言語の言論世界が急速に拡大し、政治面ではすでにこの層が多く地域で支配的な地位を獲得している。また90年代の経済自由化や最近の情報技術産業の目覚ましい拡大のなかで、大都市を中心に小規模ながら新興富裕層が成立し、彼らをモデルの頂点とする消費ブームが続いている。女性の就労や社会参加も進み、とくに消費ブームのなかでミドル・クラスの妻の所得は大きな意味を持つようになった。WE誌の「主婦」像への過度に防衛的とも思える固執の背景に、これら二つの方向からの挟撃に直面している旧来からの都市ミドル・クラス、とくにその保守的な部分の存在があるだろう。

もちろん、WE誌のような「主婦」への固執だけが、変容する社会に対する都市ミドル・クラスの女性の反応ではない。もう一つの方向を示すものとして、WE誌とほぼ均質の読者層をもつFN誌についても簡単に触れておきたい。

2. FN誌：「政治」から個人の「達成」へ

FN誌は、1959年に前身のFlair誌を改編する形で、最大の英字新聞社Times of India誌の発行元Bennet, Coleman and Co.から創刊された。WE誌が編集作業のほとんどをデリー市内で行なっているのに対し、FN誌は基本的にムンバイで制作されている。創刊当時のFN誌は都市ミドル・クラスの女性をマーケットにする穏健な女性誌であり、例えば創刊後間もない1959年9月前半号の内容は、ムンバイなど主要都市の文化行事や慈善活動、海外のファッション情報、料理や育児などのページが並ぶ。またとくに初期の号では、インドのなかの少数民族に関するルポ記事や都会人の農村体験など、「知られざるインド」を紹介する姿勢も目立つ。それとともに、当初から専門職（教師、ジャーナリスト、医師など）として働く女性にも注目し、例えば読者の投書欄では「家庭と仕事の両立」といったテーマが話題になっている。表紙も、毎回、専門職をもつ既婚女性が取り上げられた。

こうしたFN誌の性格が大きく変わるのは1970年代はじめに、その後20年にわたって編集長を務めることになるVimla Patilが就任した頃からである。例として1975年の1月前半号の内容を紹介すると、各都市の情報紹介、料理、育児などの定番部分に加えて、ラージャスタンのムスリム女性のグループがコミュニティ改革を求めて首相（インディラ・ガーンディー）に面会、非嫡出子の法的権利をめぐる連邦議会の動き、国際婦人年に関するインド政府の取り組み、遅れる統一民法問題への取り組み、アーディヴァースイー（先住少数民族）女性による禁酒運動、働くミドル・クラス女性の紹介記事などが並んでいる。短編小説も掲載されているが、この号の場合では、自分よりも所得の多い妻に対する夫の暴力、商店の2階で密かに行なわれている墮胎とそこに来る女性の事情、死んだ売春婦の遺体を片づける清掃人カーストの男の売春婦に対する純愛など、社会的差別、暴力、性を取り上げた小説が並んでいる。前述のように同じく70年代初頭の政治社会の変動を背景に

創刊された WE 誌が、インドにはもはや「ウーマン・リブ」は必要ないという立場をとったのに対し、70年代初頭～半ばの FN 誌は、女性の法的権利、少数民族やムスリムの問題、性と暴力に関する活発な言論活動を行なったのだった。確認はできないが、WE 誌がウーマン・リブを批判して創刊された背景には、こうした FN 誌の政治性に対する反発があるかもしれない。階層として括ればほぼ同じ都市ミドル・クラスを対象とする両誌の相違は、都市ミドル・クラスのなかにある二つのベクトルを示してもいよう。

こうした Vimla Patil の編集方針は1975年の非常事態宣言によって頓挫し、1975年7月頃から上記のような政治的言論は一時期ほぼ完全に誌面から消える。FN 誌が大手新聞社の系列にあったことも、規制をより強めたと考えられよう。誌面を埋めるように、この時期には料理記事特集などが組まれている。1977年の非常事態宣言解除後、再び社会問題のルポルタージュなどが復活するが、WE 誌と同様に80年代に入ると印刷の質の向上、カラー・ページの増加、そしてファッション・ページの拡大が、編集長 Vimla Patil の政治や社会への関心を徐々に飲み込んでいく。1980年1月前半号に掲載された読者からの投書に以下のような詩がある。「60年代、あなた (FEMINA) の優しい小説を思い出します／ヒーローがヒロインに出会って／心を込めて指輪を交わしたことを／…／70年代になるとあなたはすっかり変わって政治ばかり／…／ああ、FEMINA、優しい60年代／勇敢に語った70年代／新しい10年、その後の10年／あなたはどう変わっていくのでしょうか?」。

その変容の方向性が明確になるのは、1990年代初頭である。90年頃から誌面のレイアウトなどの改革が試みられるが、結局1993年 Vimla Patil の更迭が決まり、それまで巻頭に掲載されていたエディトリアルは姿を消した。新編集長となった Satya Saran は「お説教を少なく、ファッションを充実させ、トレンドに敏感な若い女性をターゲットに」を基本原則として、時代遅れになっていた FN 誌を立て直したと語っている*14。とくに経済自由化のもとで、海外ブランド商品の広告、洗練されたファッション・ページ*15、海外雑誌からの翻訳記事、映画スターの情報などが目に付く。夫の子育てや結婚を前提としない性などの特集も多い。

ではこうした90年代の FN 誌の描く女性像はどのようなものだろうか。現編集長のインタビューにもあるように、「お説教はしない」方針をとる FN 誌の場合、WE 誌のように明確な女性像に言及する記事は少ない。ただ、90年代半ばから末にかけての同誌の全体的な記事内容から以下の諸点を抽出することは可能だろう。

1997年の独立50周年に際して FN 誌は独立後活躍した女性の特集を組んでいる。そのなかには、インディラ・ガーンディーなどと並んで、ジェンダーに関する研究と出版に携わったウルバシ・プータリアなど各界で活躍する女性を取り上げられている。WE 誌とは対照的に、能力と努力によって活躍する女性がロール・モデルとされるのであり、この点

*14 現編集長 Satya Saran 氏へのインタビュー (2000年2月15日)。

*15 FN 誌のファッション・ページについては杉本星子が分析している [杉本 2000]。

は、創刊直後から変化していない。FN 誌は90年代に入って、ミス・ワールドやミス・ユニヴァースなどに積極的に関わり、多くのミス・インディアを世界一位の座に着かせてきた。現編集長は「野心をもつ若い女性にとって、美しくなる努力の結果として映画女優やモデルの道を開くミス・コンテストはサクセス・ストーリーなのだ」と語っている。事実、FN 誌は華々しい授賞式の模様だけでなく、「ちょっとスタイルの良い普通の女の子」が、強い決意のもとにフィットネスや英語の矯正に励み、美容師やデザイナー、カメラマンなどスタッフに鍛えられながら、一步ずつミス・ワールドに昇り詰める様子を克明に報じている。作られた商品としての美女と批判されるこの過程こそ、ミスたちが一種のロール・モデルとなりうる理由であり、与えられた能力を最大限に生かして地位と経済力を得るという意味では、フェミニスト出版社の創始者もミス・ワールドも同等なのである。同時に、WE 誌が主婦像のなかに欧米とは異なるインド的なものを見出し固執しているように、ミス・インディアたちは「競い、優る」インドの象徴として、自由化時代のインド・ナショナリズムのある種の心性に訴える力をもっている。彼女たちは「国際規格にあてはまる国産美女」[杉本 2000]なのである。

また個人として、競い、優り、ステータスを得るという能力社会の言説は、一面ではかつて Vimla Patil が論陣を張った社会的正義や女性の権利獲得に代替するという機能ももつ。英語教育を受けた都市ミドル・クラスにとっての他者としての少数民族や下位カースト、ムスリム、貧困層の位置づけについて、FN 誌の歴史は明瞭にある転換を示している。60年代のそれは、「わたくしたちの知らないインド」であり、毎号のように訪問ルポルタージュが組まれていた。70年代になると、それらは進歩的な知識人女性としての都市ミドル・クラスの女性が、是正に向けて闘うべき問題として取り上げられる。80年代から90年代に入ると、社会全体の改革という視点が次第に後退し、個人の努力と能力が前面に出てくる。例えば、前述のミス・インディアたちのなかには決して豊かではない層の出身者が含まれているが、そうした彼女も努力によって社会的ステータスと経済力を獲得することができる、とされるのである。

社会改革よりも個人を、という視点がもっとも明確にあらわれるのは身上相談欄であろう。同欄についてはすでに八木祐子による分析があるが [八木 2000]、階層やカーストを超える結婚や学生結婚などについては、言下に否定的な回答が与えられる場合が多い。一見すると自由な男女交際やジェンダー関係を強調するほかの記事と矛盾しているように見えるが、安定した結婚と経済力がステータスの前提となるならば、ロマンティックな恋愛だけでは結婚できない、とする回答は多くの読者の納得を得るものであろう。

以上、都市ミドル・クラスを主たる読者とする WE 誌と FN 誌の変遷をたどってきた。80年代から90年代にかけての両誌の変容は、ジョティ・プリの描いた都市ミドル・クラスの女性像の二つの側面、つまり伝統と近代の裂け目が、ナショナリズムの時代が去った後、次第に拡大してきたことを示している。しかし同時に、伝統と近代が表裏一体のものであるならば、この裂け目の拡大は伝統にも近代にも矛盾を生じさせずにはおかない。次節で

は、WE 誌の短編小説を手がかりに、この点について触れたい。

III. WE の短編小説：自己実現としての「主婦」

1. WE 誌の短編小説^{ショート・ストーリー}

短編小説は、創刊時以来WE誌の人気ページであり、ほぼ毎号掲載されてきた。90年代末の時点では、毎号4～5本程度、1本が3ページから5ページ程度である。歴史小説などでは2～3回程度の連載もあるが、多くは現代ものの1回の読み切り掲載で、半ページ程度の挿し絵がついている。

具体的に WE 誌の短編小説を読むまえに、その性格について若干触れておきたい。読者がこれらの小説を、どのようなものとして読んでいるのか、と言い換えてもよいだろう。本稿ではかりに「短編小説」と訳したが、これらが果たして「小説」なのかについてはかなり疑問が残るところである。

印刷技術の向上によってヴィジュアルなページが主体になる以前、小説や詩は女性雑誌の多くにとって主要なコンテンツだった。例えばかつて前田愛の先駆的な研究が示したように、大正期の中間層形成のなかで急激に読者を獲得した日本の女性雑誌は、それぞれ人気作家による長期連載小説を売り物にしている。読者は連載の続きを楽しみに次号も購入し、作家側からみれば雑誌小説は新聞小説と並んで大衆の人気を得て職業作家として自立するうえで大きな意味をもっていた。小説自体も、文学的完成度はともかく、既成の秩序や通念に異議を唱えて広く話題を呼ぶものも珍しくなかった [前田 1973]。こうした例を一つの基準として考えるならば、ここで取り上げる WE 誌の短編小説は、作家の自立性^{*16}、社会的インパクト、緻密なプロットや心理描写などを決定的に欠いている。

女性を主な読者と想定する商業的な大衆文学としては、いわゆるロマンス小説のジャンルがある。WE 誌の短編小説にもなんらかの恋愛を主題にしたものはかなりあり、後述のウベロイらの研究のように「ロマンス」に焦点をあてて WE 誌の小説を読む試みもある。またパターン化されたプロットの多用や、様々なヴァリエーションの向こうに家父長的なジェンダー規範が確認されるという意味でも、共通している。しかし全体としてみれば、表4(次ページ)に示すように恋愛以外を取り上げたものも多い。さらにロマンス小説の特質を、「ロマンス」気分を読者が共有するための様々な装置、つまり細部の設定や

*16 現在の実質的な編集長 Divesh Nath によれば、作者には毎年4～5本程度を執筆する継続的な作家と単発的な寄稿者があるが、掲載本数からみれば前者が多い。ただこの継続的な作家についても、原稿が持ち込まれた時点で掲載の可否を決めるシステムをとっており、専属作家というわけではない、とのことである。内容については寄稿後編集者との間で内容の調整をはかるが、編集者からトピックを指定することはほとんどない。原稿料は、年に4～5本程度掲載される作家の場合で年間1万ルピー程度、つまり1本を2000ルピー程度で買い取っている。なお挿し絵は、発行元の挿し絵担当が毎回書いている。このように短編小説には WE 誌編集部内部制作ではないものの、編集部、とくに編集長である Divesh Nath の意向が強く働いており、決して高いとはいえない原稿料に示されるように、編集に対する作家の力は弱いと考えられる。

表4 Woman's Era誌短編小説の題材・トピックⁱ (1998年1月～9月)

単位：パーセント

題材・トピック	比率	題材・トピック	比率
結婚, 恋愛	15.4	海外移民	5.7
子育て, 教育	14.6	友情	4.9
夫婦関係	10.6	老後	4.9
親子関係	8.1	中年期	3.3
妻の仕事	6.5	心の持ち方	3.3
慣習・迷信の克服	6.5	贅沢と浪費	2.4
若者, 世代ギャップ	5.7	その他	2.4
婚家先との関係	5.7	計	100.0

注 i 欠号などの理由で未読分を除く該当期間に掲載された全ての小説に、1篇について二つのキーワードを付けて、その分布を算出した。

出所 筆者作成

プロットの工夫にみるならば^{*17}、WE誌の短編小説に欠けているのはまさにその装置である。少なくとも80年代以降の小説についてみれば、たとえ恋愛を題材にしている小説であっても、読者が「うっとり」したり「ソフト・ポルノを読むような」気分になったりすることは難しいだろう。

上記の諸点を考えると、WE誌の短編小説の性格は、おそらく一種の教訓的な小話といったところのように思われる。なんらかの教訓を導くためにプロットが展開し、最後に用意された教訓は、文学のような通念の揺らぎやロマンス小説のような情緒的興奮をもたらすことなく、読者に明確に納得される。読者側は、その安定した、多くの場合は読者の現状を肯定する教訓を最初から予想しながら読むのである。本稿では、WE誌の小説をこのような意味での教訓的な小話と捉えて、そこに用意されている教訓の内容を手がかりに読んでいくことにしたい。

なお、WE誌の短編小説、とくに「ロマンス」については、すでにウベロイ [Uberoi 1998] やシンとウベロイ [Singh and Uberoi 1994] など、主として人類学的関心によるいくつかの先行研究がある。ウベロイらの関心は、ヒンドゥーにおける恋愛が結婚の前提にあるのではなく結婚が恋愛の前提になることに注目し、見知らぬ婚家で見知らぬ夫と始まる結婚直後の「危機」が、結婚後の恋愛による調整と適応の過程を通じて解決され、夫婦関係が確立されると論じた。WE誌のロマンス小説、つまり夫との恋愛小説の大半が「幸福な結末」で終わる理由を、このメカニズムに求めているのである。しかし、WE誌のロマンス小説のすべてが「幸福な結末」で終わるのではない。ヒンドゥー規範が現在よりも強かった70年代半ばの創刊直後の小説は、後述するように悲恋で終わるものも少なくなかった。本稿では、この「幸福な結末」の意味を、90年代の主婦言説と関連させながら、

*17 ラドウェイ [Radway 1984] の古典的な研究にも示されているように、ロマンス小説の読者は決して受動的な読者ではない。1980年代以降のWE誌の恋愛小説には、読者が感情を移入して読む余地がほとんどないほど、ディテールが示されないことが多い。

別な角度から検討してみたいと考える。そのために「ロマンス」を扱ったものだけでなく、1997年から99年にかけて掲載された様々な題材の短編小説を分析の対象としたい。

以下、いくつかの題材について「典型的」と思われる小説を紹介しながら、WEの主婦言説の内容を検討する。

2. 「専業主婦」と働く女性

例1：アースタとフィリスは学校時代からの同級生。アースタは結婚して子供を持つのが夢、フィリスは自活して出世するのが望み。二人は卒業後それぞれの道を進む。アースタは医師バンカジと結婚し、2人の子供に恵まれ自分は幸せだと思っていた。ところが夫は忙しくなってほとんど彼女にかまわない。毎日子育てに追われる同じ生活が続く。女性管理職として帰郷したフィリスの羽振りのよい生活を見るに付け、私は間違ってしまったのではないかとアースタの心は曇る。働きたい、と言っても、夫は「子供がいるじゃないか」と取り合わず、ついに離婚を決意する。その最中に、足に怪我をしたフィリスがアースタの家に転がり込んでくる。「あなたが羨ましいわ、どんなにお金を稼いでも、出世しても、心の空白は埋まらないのよ…」と。反省したアースタは夫の胸に飛び込む。すると夫は「僕の方こそ、君がいない生活なんて耐えられない、今後はもっと時間を作って君との生活を大切にしよう」と言う(1998年5月前半号「What you want and what you get」)。

説明を要しないほど単純な話だが、こうした働く女性と専業主婦の「幸せ」比較は、繰り返し掲載されるもっともポピュラーなトピックである。どの話にも共通するのは、仕事に生きる女性は、たとえ華々しく豊かな生活を送っていても、心の底では寂しく空しさを抱えており、その寂しさや空しさは恋人や夫、家族によってはじめて癒されるというものである。例にあげた話のように、ヒロインが専業主婦として設定されている場合は、主婦業の毎日の退屈さや達成感の無さ、キャリア・ウーマンを羨む気持ちはず書かれ、なんらかの事件のあとで、平凡だが愛ある家庭の喜びに気がつく、というストーリーになる。一方、働く女性をヒロインにした話も多く、その場合は、恋人ができてはじめて愛の喜びに気づく、夫や子供になにか事件が起きて家庭を疎かにしたことを反省する、空しさに耐えかねて故郷の家族のもとに帰る、など様々な形で、あらためて平凡な家族の愛の大切さに気づき癒されるというのが一般的な筋立てであろう。いずれにしても、女性にとって仕事と家庭が相容れない世界として描かれ、家庭の仕事に対する優位性が示されるのである。

ただ、もう少し詳しくみると、「仕事」への許容度にはいくつかのヴァリエーションがある。対象とした期間の小説のなかにも、いくつか働く女性を是認あるいは賞賛するタイプの小説があるが、例えば以下のようなストーリーである。

例2：北部インドの田舎町の貧しく保守的なムスリムの家に生まれた少女は、親の反対を受けながらもやっと12学年まで学校に通うが、進学のを断たれ、親に結婚をさせられる。夫は金目当ての結婚で、娘が貧しいと知ると別な女性と結婚して娘を置き去りにする。絶望の淵から立ち上がった彼女は、知り合いの女医に励まされながら刻苦勉強を続け、ついに医師資格をとり女医として自立する(1998年7月前半号「It also happens」)。

このストーリーは、大枠としては女子教育の必要や女兒に対する偏見打破を説くグルー

プの小説に含まれるだろう。WE 誌には、とくにムスリムの場合は教育普及や一夫多妻を、ヒンドゥーの場合は男児偏重や星占いへの過度の信心などを揶揄・批判する小説がかなり掲載されている。読者層を考えれば、啓蒙を目的とするというよりも、進歩的であるという自己認識を読者に確認させるという性格をもつものである。その点とは別に、女性の就業に関しては、この小説は幸せな家庭という夢を最初から断たれていたからこそ医師という専門職につくことが賞揚される、つまり家庭か仕事かという選択は最初になされており幸せな家庭生活ができない場合は仕事に打ち込むことが許される、と解釈することができるだろう。また、是認される理由として、医師という社会貢献や自己犠牲のイメージをもつ職業威信の高い職種もあげられる。この小説に限らず、宣教師団医師であった父の遺志をついで独身を通してインドで50年間医療活動に従事したアメリカ女性の物語、三女として生まれたために危うく母親によって殺されそうになった女兒を引き取って立派に女医に育てた医師夫婦の物語など、尊敬すべき職種として女医を取り上げたものは多い。対照的に、経営管理職、建築家、ジャーナリストといった90年代の花形職種は、「高収入で華々しい生活」でありながら「心の空しさ」に耐えかねるキャリア・ウーマンの職種として多用されている。

例1のアースタとフィリスの物語のもう一つのポイントは、アースタの家庭に捧げた愛と労力が、一つはキャリア・ウーマンからの羨望として、もう一つは夫からの愛の表明として報いられる、という点である。この「認められ報いられる」主婦というモチーフも数多くの小説に共通している。例えば、出世はしたものの無口で冷たい夫のために長い間完璧な主婦として人生を捧げながら愛のない生活に絶望している妻が、結婚記念日のパーティーの席上多くの人々の前で、夫から「今の僕があるのは、君の愛のおかげだ」と表明される話や、夫や成人した子供たちがまるで家政婦のように自分の働きを求めるのにうんざりした主婦が「ストライキ」を敢行したところ、子供も夫もあらためて彼女の存在の大きさに気づき感謝し態度を変えろというストーリーなどである。感謝や「愛の言葉」だけでなく、専業主婦の育てた子供が成績の良い「望ましい」子供に育つといった場合もある。換言すれば、主婦として家族のために働くことは、ヒンドゥーの女性規範にみられるような当然かつ絶対的な義務、あるいは無償の愛というよりも、感謝され報われ結果が出てはじめて女性に満足と喜びを与えることができる仕事として描かれている。結婚記念日パーティーでの席上で、あるいは友人や婚家先の家族の前での「感謝と愛の表明」といった筋書きの場合は、その感謝や愛は当事者の間の心のなかで伝わるだけでなく社会的にも示されるのである。女性の就労やそれによってもたらされる経済的社会的可能性が広がっていくなかで、主婦といういきかたの優位性を納得するためには、ある種の社会的な認知が求められるようになったといえるだろう。

筆者が見る限り、こうした「報われる」主婦像は、少なくとも70年代の WE 誌には登場しない。WE 誌だけでなく FN 誌の場合も、70年代の短編小説のなかには報われない愛や死によってやっと結ばれる悲恋といった小説が多く、例1にみるような単純なハッピー

ーエンドの物語はむしろ少ないのである。74年1月前半号掲載の小説から例を一つだけあげておこう。

例3：農家に生まれた素朴な女性ヴィディヤは17歳で玉の輿でスレシュと結婚。優秀な夫は出世し、長男はIAS（上級公務員）、長女は医師に成長する。ヴィディヤは家族のために全てを捧げて尽くすが、夫は冷たく子供たちも母親を軽視する。ヴィディヤはこの有能な家族のなかで自分の居場所を見つけられず孤独な毎日を送る。夫の死後子供たちは独立し、広い屋敷に残された母親を訪ねてくるのも稀である。やがてヴィディヤは、初恋の人ラジブに再会する。ちょっとした運命のいたずらで結ばれないまま老いた二人は、人生をやり直そうとするが、子供たちは世間体を理由に大反対。結局ラジブとも別れたヴィディヤは孤独のなかで他界する。看取ったのはラジブだった。やがて自分の子供も独立した長女は、かつての母への仕打ちを後悔する（1974年1月前半号「Merciless Judgement」）。

この話ではヴィディヤが家族のために捧げた人生は、家族からは（死後の長女の後悔という形以外では）結局認知されることも感謝されることもない。ヴィディヤ自身も、孤独に苦しみながらも感謝を求めることも結婚の解消を考えることもない。結婚生活の外側に細々と続く彼女のロマンティック・ラブは、もちろん認められるものではなく、夫の死後も子供たちの判断が彼女を支配するのである。インドの主婦像の70年代から90年代への転換は、こうした甘く悲しい話が好まれる時代から、主婦が自らの愛に対して報いを求める時代への転換とみることができるだろう。

3. 消費主義、堅実な生活

90年代のインドは消費ブームにわき、消費志向の強い生活スタイルに注目が集まった時代であった。WE誌の小説にもこのトピックを扱ったものが多数あり、取り上げ方にはいくつかのパターンがある。もっとも多いのは1.ですで見たとおり、消費ブームを女性の就労、とくに「キャリア・ウーマン」的就労と結びつけ、「派手な生活」の空しさ、あるいはそれによってもたらされる家庭の崩壊をテーマにするものであるが、それ以外にも消費ブームを拝金主義の横行や道徳の欠如と結びつけるものや、欧米崇拜と結び付けるものなどがある。

例4：裕福な実業家の家庭からまじめなエンジニアに嫁いだ妻は、二人の聡明な娘に恵まれるにもかかわらず、昔の贅沢な生活が忘れられない。ついに彼女は夫に賄賂をとるように求めて夫婦仲も険悪になる。そんなおどろく美しく着飾った実業家夫人と知り合う。妻ははじめは、実業家夫人の生活振りが羨ましくて仕方なかったが、実は彼女の夫が酒浸りであることを知り、あらためて堅実な夫としっかりした娘に恵まれた自分の幸せを思う（1998年7月後半号「And She Realised」）。

例5：ムンバイの実業家に嫁いだ妹の娘は、贅沢で気ままな環境で育てられた。ジーンズとTシャツの間からはおなかが見えるし、カレッジには男友達が迎えにきてディスコやパーティーと遊びまわっている。堅実な勤め人の妻である主人公は何度も妹夫婦に注意するが、妹夫婦は子供は自由に育てるべきだといって一向に取り合わない。ところが姪は妊娠し、子供をおいて相手の男と逃げてしまう。娘の産んだ子供を育てることになった妹夫婦はやっと自分たちの間違いに気づく（1998年1月後半号「Going Wrong」）。

以上のストーリーに典型的に示されるように、90年代後半の WE 誌の短編小説では、贅沢な消費や「自由な」生活スタイルにはほぼ例外なく、モラルの低下、社会的無責任など負の価値観が付与されている。堅実な勤め人の目から見た「ビジネスマン」家庭の墮落というモチーフも多い。読者層の分析でも示したように、WE の読者層は、公務員や被雇用の専門職といった層が中心であり、「リッチ」な新興ビジネスマンに対する高学歴勤め人の視点が前面に出ていると読むこともできるだろう。その意味ではここで非難されているのは、消費一般ではなく、WE誌の読者が自分たちの階層ではない階層に、つまり教育のあるミドル・クラス以外の階層に特有のものとするような生活スタイルや贅沢な消費である。

WE 誌の現在の実質的編集長は筆者のインタビューに対して、ファッションや料理記事は「読者が身近に感じることを大切にしている。モデルもどこにでもいそうな女性を選んでいる」と語ったが、それは読者の現状を肯定するような生活スタイルの提示ということであろう。読者の多くにとって手の届かない消費をモラルという観点から否定し、日常生活の現状を納得する論理を与えること、これが女性雑誌としての WE 誌の戦略といえるかもしれない。一方、FN 誌の編集長は「例え実際に買うことはできなくても、若い女性の消費や生活スタイルにある方向性を与えるような」編集、言い換えれば読者がそれぞれの消費やライフスタイルの改編を夢見て購読するような編集をめざしていると語っている。この WE 誌と FN 誌の対照的な編集方針は、モノの情報があふれ金さえあれば何でも買える時代へと変化するなかで、都市ミドル・クラスの多くが直面する豊かな生活と現実とのギャップとフラストレーションを、まったく別の方向から掬い取ろうとしたものといえるだろう。

4. 変化する生活：「欧米」と海外移民、老後問題

最後に、90年代以降顕著になった社会問題に題材をとった小説を取り上げてみたい。まず海外への移動に関する小説を考える。表4に示すように若い世代の海外への移動と残された家族を扱った小説は、毎年かなりの数にのぼっている。インドからの高学歴若年移動、とくにアメリカへの移動は拡大しており、WE 誌の読者層にとってこの問題は身近なトピックなのである。

例6：夫の死後もケーララで旧家を守る老いてもかくしゃくたるアミニの長男は、国際結婚を心配して反対する母親を押しきってアメリカに留学、見事に優秀な成績で博士号を取得し、アメリカでの就職も決まった。その長男が就職の前に4年振りに一時帰国することになった。楽しみに待つアミニが空港に迎えにいくと、長男は金髪碧眼のアメリカ女性サラを連れている。母親に知らせては反対されて結婚できなくなると、内緒で結婚したのだった。アミニは激怒し、サラを嫁として受け入れようとしない。アミニのあまりにかたくなな態度に失望した長男は、休暇を切り上げてアメリカに帰ろうとするが、サラは「今度はいつ帰れるか判らないのだから、せめて休暇の間だけでもあなたはお母さんの側にいてあげなくては。お母さんはずっと、あなたの帰国をまっていたのよ」と逆に長男をたしなめる。その会話を偶然聞いたアミニは、「サラはアメリカ女性でも、家族を大切にしている心はインド娘と同じ」と納得し、嫁として抱きしめる(1998年5月前半号「The Surprise」)。

例7：デリーの退職した公務員夫婦は、無理をして一人息子をアメリカに留学させたものの、息子は大学では落第し、次第に手紙も途絶える。その息子が7年ぶりに突然帰国する。すっかり喜んだ両親は、息子のためにとっておきの壁掛けで部屋を飾り、親戚も招いて帰国を待つ。帰国した息子は、金髪のアメリア女性を連れてくる。結婚はしていないようだが一緒に旅行するほどの仲なのだから、と両親は息子の部屋に彼女をとめて、嫁として受け入れる。母親は自分の宝石やサリーも与えるが、息子と彼女は毎日遊び歩かばかり。ある日そのアメリカ娘は息子に「あなたはインドに行けば乗馬だってできるし、何でもある、って言ったのに」と不満をぶつけてさっさと帰国してしまう。彼女は息子の上司の娘で、息子はお供で帰国したのだった。おまけに彼女は、高価な壁飾りも宝石もみんなもって行ってしまった。息子もアメリカに帰り、老夫婦は「あの子はもういないと思ひましよう」と溜め息をつく（1998年6月後半号「Foreign Affairs」）。

この二つの小説は、ともに息子がアメリカに行き、アメリカ女性を連れて帰国するというものだが、息子の留学の成功と不成功、国際結婚への戸惑いと許容度、さらにアメリカ女性の表象など、あらゆる面では対照的な筋立てになっている。欧米への留学や就職については、とくにここ数年情報技術産業関連の成功例が新聞や雑誌で大きく取り上げられるようになったが、実際には例7のような失敗例も多く、WE誌の短編小説のなかでも、ロンドンに行ったきり音信不通になった息子の帰りを待つ嫁が不憫で再婚を勧める話、海外在住者からの結婚申し込みに心躍らせる娘が相手の経歴詐称に気がつく、といったストーリーもある。いずれにしても、すでに見てきたようにWE誌の基本的な立場は「インド的」で堅実な家庭の堅持というところにあり、故国で待つ母、妻、姉妹の立場からみた海外移動が描かれている。

さて例示した2篇では、例6の母親は留学に反対し、逆に例7の両親は息子に期待をかけて積極的に支援する。ただし例6の事例も、結局、母親は国際結婚を含めて息子のアメリカでの就職を認めるのであり、その意味では息子の海外への移動は都市ミドル・クラスのなかで定着した現象とみることできるだろう。とくに成功をすれば、母（両親）にとって、大きな誇りとなる。

ただしその認め方、つまり家族のなかに「欧米」が直接入ることに対する許容度については、二つの例は微妙に異なる反応を示しており、この問題についての読者層の考え方の幅を読み取ることができるだろう。例6の場合、アメリカ女性サラを嫁として受容する理由は、「彼女がインド娘と同じ心をもっているから」という理由である。例7は、結婚前の同棲や彼女の「アメリカ」的な立ち居振舞いも含めて、そのまま仕方ないものとして受容する。前者はアメリカ人の嫁を「インド的」と解釈することで、後者はまったく異なるがゆえに仕方ないと納得することで受け入れているのであり、その意味ではこの母たちの家族観や女性規範が揺らいだわけではない。この点は、「アメリカ娘」を描く場合、必然的に次のような二つのステレオタイプを生み出すことになる。一つは「インド的」と解釈可能な堅実で家族を大切にし情緒的な「良い娘」、もう一つは「インド的」とはまったく無縁の派手で現実的な「はすっぱなヤンキー娘」である。「はすっぱ」ではないが「インド的」でもない、という外国人女性を「教育を受けたインドのミドル・クラス」家族とい

う言説に包摂することは難しい。

関連して、WE 誌の小説のなかにある種のレイシズムを見いだすことも可能であろう。管見の限りではあるが、小説の挿し絵では、アメリカ娘は必ずといってよいほど金髪碧眼で描かれる。海外移動の話の大半はアメリカ、もしくはロンドンであり、それ以外の地域が出てくるのは稀である。1980年1月前半号にアフリカに赴任したインド人青年教師が美しい黒人娘と恋に落ちるといふ例外的な小説があるが、その筋立ては、現地の無秩序と悪徳政治家や警察官によって窮地におちいった青年が、結局新妻を連れてインドに帰る道を選択し、飛行機がデリー空港をめざして降下し始めると、そこには「統合され、高潔にして永遠の平和の地」が広がっており、新妻も感激する、というものであった。こうした単純で露骨なレイシズムが読み物として受容される背景には、WE 誌の読者が前提としてもインド国内での「わたくしたち」と「他者」との関係があると思われるが、実証的な分析は今後の課題としたい。

最後に「老後」を取り上げた小説を二つ紹介する。老いた両親が尊敬され家族に囲まれて老後を過ごすことは、「インド的」家族の美点とされてきた。しかし WE 誌の小説の描く老後は、家族とともに過ごさないそれが大半を占める。

例8：同居していた次男に自宅を売り払われ、親が子供に遠慮なく接するのは当然と信じてきた気の強い母が、仕方なく老人ホームに入居することになる。長男夫婦は長男のマザコンが原因で夫婦仲が悪く、長女は母の干渉で危うく離婚するところまでいった経験をもち、長男にも長女にも頼ることができない。ホームの居心地は悪くないが、3人も苦勞して育てたのにどうして老人ホームに、という思いは拭えない。世間体も悪い。しかし長男長女の生活をみながら、時代が変わり価値観が変わったのだから仕方ないこと、わたしには老人ホームが一番だと母は悟る(1998年7月後半号「And She Realised」)。

例9：チェンナイに古い合同家族の屋敷をもつ老夫婦。数々の思い出がつまり、古き良き時代の名残を留める屋敷への愛着は強いが、娘たちが嫁いだ今、この広大な屋敷を維持することは難しいと悟る。寂しさをかみしめながら、結局、屋敷地を分割し開発業者に売却。かつての屋敷地跡に10数軒の新しい家が建ち、そのなかの1軒に老夫婦は住むことになる。ある日夫は心臓発作を起こして倒れる。娘とはすぐに連絡がつかない。途方に暮れる妻を助け、夫を病院に運び、食事を作ってくれたのは、新しい隣人たちだった。新しい「合同家族」ができたのだ、と老夫婦は安堵と希望を胸にする(1998年4月後半号「A Joint Family」)。

ともに老後を子供と離れて暮らす母、あるいは老夫婦の話である。子供と一緒に暮らせないことは寂しいが、同居をすれば価値観の違いやエゴのぶつかり合いになること、かつてのように無条件に親への従順を求めることもできないこと、も納得されている。しかも二つの話とも、老人ホームや新しい住民コミュニティといった家族以外のコミュニティのなかに、安らぎと希望を見いだすというストーリーになっている。

第II節でも言及したように、WE 誌の読者の年齢層は25歳～35歳をピークにしており、読者のなかに実際の高齢者は少ない。その意味ではこれらのストーリーは、現在は20代～40代の主婦を中心とする読者が、両親・舅姑との関係や子供との世代間ギャップを念頭

におきながら思い描く老後の構図に呼応していると見て良いだろう。インドではまだきわめて少ない老人ホームや屋敷地跡の住民コミュニティといった、かなり非現実的な設定もそう考えると理解しうる。

そのうえで、これらのストーリーに印象的なのは、家族に対する醒めた眼差しである。前述してきたような夫婦の関係や消費に関する「ミドル・クラスの家族」の強い言説と、親子の将来に対するある種の諦めや家族によらないコミュニティへの思い入れの間にあるものは何か。母としての奉仕に対する最大の「報い」であるはずの、家族に尊敬される穏やかな老後を、今、中年の主婦たちが最初から諦める理由は何か。

この問いには、おそらく二通りの回答が可能であろう。一つは、積極的に自立した老後の可能性を考えうる、というものである。WE 誌の読者層の大半を占める都市ミドル・クラス、つまり上級公務員や非雇用専門職からホワイト・カラー層の多くは資産に加えて年金や保険などによりある程度老後の経済的自立が可能な層である。加えて主婦像にも見たとおり、専業主婦であっても家族を無前提の自明のものとして考えているわけではなく、変動する社会のなかで意味のある存在としての主婦のあり方を追求してきた世代でもある。子供たちに頼らない自分たちの老後という発想は、可能であり現実性もある。

しかし同時に、もう一つの答えも想定できよう。それは、いわば家族の自明性が崩れたあとに家族を守ろうとする者の疲れ、消費の時代につつましい「教育を受けたミドル・クラス」の家庭を保持しようとする者のあきらめが、いずれ訪れる老後に家族の煩わしさから離れた自由な時間を求めさせるというものである。認知され、感謝され、愛される主婦になりたいと思いながら現実の主婦を生きる疲れ、と言い換えても良いかもしれない。おそらくこの二つの答えの中間に、家族離れの老後のストーリーが存在しているだろう。

おわりにかえて

以上、英字女性雑誌の変化を追いながら、インドの都市ミドル・クラスの家族とそのなかの主婦に関する言説の変化を考察した。出発点とした1970年代、英語を読む女性は圧倒的な少数者であり、伝統と近代をあわせて体現すべきエリートであった。また女性のなかで例外的に教育を受けた進歩的な層として、社会と国家に対する貢献が期待され、またその期待に応えることが自明とされていた。本稿では例示できなかったが、70年代の WE 誌と FN 誌には、いわゆる「不可触民」や少数民族集団、あるいは田舎町の荷売りといった女性たちを題材にした記事や小説が数多く含まれている。英語を読む都市ミドル・クラスは、それらの人々を表象し解釈することに躊躇を見せなかったし、読むことを通じて、自らの社会における位置を確認することができた。WE 誌のように「ウーマン・リップ」に反対する立場から出発するにせよ、FN 誌のように果敢に性と政治を語るにせよ、社会に対して発言する雑誌、それを共有する読者という了解が成立していたように見える。

その一方で、伝統と近代の体現という歴史的宿命は、両者の間に触れてはならない暗黙の聖域をつくるものでもあった。伝統が家庭に基礎をおくものならば主婦の存在も自明で

あり、それがどのような人生であっても主婦であることはそれ自体で認められるものだった。同時に社会や国家に貢献する進歩的な活動は、その背後にどのような伝統があっても「近代的」でありえた。本稿で例にあげたヴィディヤの物語は、「近代的」一家が「伝統的」主婦によって支えられるストーリーである。主婦という存在は伝統と近代を共存させるための聖域であり、矛盾の集積する場でもあった。その主婦層にとって、死によって結ばれるような悲しく甘い物語は、現実では解消できない矛盾をいつとき和らげる緩衝剤であったろう。

それから約四半世紀を経て、社会における都市ミドル・クラスの位置づけには大きな変化が生じる。とくに1980年代半ば以降、新中間層の台頭という言葉に象徴されるような、社会や国家への貢献といった価値観ではなく「購買力」が人々の関心を集めるようになる。都市ミドル・クラスの保持してきた文化的社会的政治的な支配性は大きく減じることになる。本稿でもみたように、一方には「リッチなビジネスマン」や、最近では若き情報技術エリートたちの実現する華やかな世界、他方には地域語新聞や雑誌、90年代以降は規制緩和されたテレビの多チャンネル化などを通じて、膨大な地域語メディアの世界が地方都市から農村部へと拡大してきた。かつて都市ミドル・クラスが、自らの受容しうるかたちに表象しえた「下層」の女性たちも、徐々にではあれ、それぞれが自分たちの言葉を通じて主張し要求し始めている。一部の英語を読む進歩的な女性がなんの躊躇もなく「下層」女性を代弁できる時代はすでに終わった。皮肉なことに、大きな経済格差と社会的不平等を残したまま「下層」が発言力や政治力を増すことは、階層間の平準化や均質化ではなく、むしろより強い文化的差異化と「我々意識」をもたらす。かつて誇りをもって語られた「わたしたちインドの女性は」という主語も、色あせている。また、Manushi 誌創刊など70年代末以降、フェミニズム運動に基盤をおく雑誌や出版活動も盛んになり、都市ミドル・クラス女性の言語活動自体にも分化が明瞭になった。かつてはFN 誌やWE 誌のような商業的女性雑誌が緩やかにカバーしていた「都市ミドル・クラス」という潜在的な読者層は、より明確にジェンダー意識によって分割されてきている。

こうした社会全体における都市ミドル・クラスの相対的な位置変化とその総体としての支配性の縮小は、聖域を残しつつ伝統と近代を併存させる意味を失わせる。80年代から90年代にかけてのWE 誌とFN 誌の変容は、社会や国家への貢献という自負を失った時代に、都市ミドル・クラスがいかにしてこの伝統と近代を再調整し、「わたしたち」の世界を保持しようとしたかを示している。WE 誌の場合、その場は都市ミドル・クラス女性の大半が身をおく家庭だった。「報われる愛のパートナーシップ」の実現によって、家庭を愛の場であるとともに女性の自己実現の場にもしようとしたといえるだろう。しかしこの過程は、家庭を緊張にみちた場にもする。かつては「家庭とはこんなもの」という自明性のなかで受容された幸せと不幸せ、誠実と不誠実、富と貧しさの理由を主婦は問い直し計ることになる。誠実に子供を育てれば「良い子」が育ち、夫の愛は賢明な方策でつなぎ止めなければならない。その行き着く先の一つのかたちが家族離れの老後であるならば、これ

は難しい愛のかたちと言わざるを得ないだろう。一方、FN 誌の場合は、「競い、優る」という達成のなかに女性の自己実現の方向を見いだしたように見える。ただ、何のために競い、優るのか、という大きな目標はもはや設定のしようもなく、素敵な部屋も、ミス・ワールド優勝も、父親の育児参加も、フェミニスト出版社の創設も、「達成」と自己実現という視点からは基本的には同じ価値をおかれることになる。むしろ「お説教」の時代の後に、価値を問わないこと自体に読者は引きつけられているのかもしれない。その意味では、FN 誌の脱価値判断の姿勢は、きわめて価値志向的であったインド近代に対する痛烈な皮肉、とみることもできよう。

参考文献

Bannerji, Mimi

1991 Fashioning a Self: Educational Proposals for and by Women in Popular Magazines in Colonial Bengal. *Economic and Political Weekly*. 26: WS50-62.

Chanda, P. Sita

1991 Birthing Terrible Beauties: Feminism and 'Women's Magazines'. *Economic and Political Weekly*. 26: WS67-70.

Chatterjee, Partha

1989 The Nationalist Resolution of the Women's Question. In Kumkum Sangari and Sudesh Vaid eds. *Recasting Women: Essays in Colonial History*. New Delhi. Kali for Women, pp. 233-253.

Indian News Society

1999 *INS Press Handbook '98. Vol.1 & 2*. New Delhi.

National Council of Applied Economic Research

1998 *Indian Market Demographics Report 1998*. New Delhi.

National Readership Study Council

1999 *National Readership Survey 1999 Round I*.

Puri, Jyoti

1999 *Woman, Body, Desire in Post-colonial India: Narratives of Gender and Sexuality*. New York, Routledge.

Radway, Janice A.

1984 *Reading The Romance*. Chapel Hill and London. The University of Carolina Press. (Revised Edition 1991)

Rajan, Rajeswari Sunder

1993 *Real and Imagined Women: Gender, Culture and Postcolonialism*. New York, Routledge.

Robin, Jeffrey

1993 Indian-Languages Newspapers and Why They Grow. *Economic and Political Weekly*. 28 (38) September 18: 2004-2011.

1997a Indian Languages Newspapers: 1 Malayalam 'The Day to Day Social Life of the People'. *Economic and Political Weekly*. 32: 1&2 18-21.

1997b Indian Languages Newspapers: 2 Hindi 'Taking to the Panjab Kesari Line'. *Economic and Political Weekly*. 32: 3 77-83.

1997c Indian Languages Newspapers: 3 Bengali 'Professional, Somewhat Conservative' and Calcuttan'. *Economic and Political Weekly*. 32: 4 141-143.

1997d Indian Languages Newspapers: 4 Telugu 'Ingredients of Growth and Failure'. *Economic and Political Weekly*. 32: 5 192-195.

1997e Indian Languages Newspapers: 5 Tamil 'Dominated by Cinema and Politics'. *Eco-*

- nomic and Political Weekly*. 32 : 6 254-256.
- 1997f Indian Languages Newspapers: 6 Gujarati 'Chequebook Journalism in Reverse'. *Economic and Political Weekly*. 32 : 7 319-322.
- 1997g Indian Languages Newspapers: Marathi 'Big Newspapers are Elephants'. *Economic and Political Weekly*. 32 : 8 384-388.
- 1997h Indian Languages Newspapers: 8 Punjabi 'Subliminal Charge'. *Economic and Political Weekly*. 32 : 9&10 443-445.
- 1997i Indian Languages Newspapers: 9 Oriya 'Identifying with Newspapers'. *Economic and Political Weekly*. 32 : 11 511 : 514.
- 1997j Indian Languages Newspapers: 10 Kannada 'We Fake It There Is Competition'. *Economic and Political Weekly*. 32 : 12 566-570.
- 1997k Indian Languages Newspapers: 11 Urdu 'Waiting for Citizen Kene?'. *Economic and Political Weekly*. 32 : 13 631-636.
- Singh, Amita Tyagi & Patricia Uberoi
1994 Learning to 'Adjust : Conjugal Relations in Indian Popular Fiction. *Indian Journal of Gender Studies*. 1 (1) : 93-120.
- Srilata, K.
1999 The Story of the 'Up-Market' Reader : Femina's 'New Woman' and the Normative Feminist Subject. *Journal of Arts & Ideas*. 32-33 : 61-71.
- Shukla, Sonal
1989 Cultivating Minds : 19th Century Gujarati Woman's Journals. *Economic and Political Weekly*. 26 : WS63-66.
- Talwar, Vir Bharat
1989 Feminist Consciousness in Women's Journals in Hindi : 1910-1920. In Kumkum Sangari and Sudesh Vaid, eds., *Recasting Women : Essays in Colonial History*. New Delhi. Kali for Women, pp. 204-232.
- Uberoi, Patricia
1998 A Suitable Romance? Trajectories of Courtship in Indian Popular Fiction. *Studies in Humanities and Social Science* 5 (2) Winter : 85-102.
- Varma, Pavan K.
1998 *The Great Indian Middle Class*. New Delhi. Viking.
- Wolf, Gita
1991 Construction of Gender Identity : Women in Popular Tamil Magazines. *Economic and Political Weekly*. 26 : WS71-73.
- 栗屋利江
1995 「インド女性史研究の動向」『南アジア研究』7 : 132-159.
- 押川文子
1998 「『学校』と階層形成：デリーを事例に」古賀正則・内藤雅雄・中村平治編『現代インドの展望』岩波書店, 125-148。
- 川村邦光
1993 『オトメの祈り：近代女性イメージの誕生』紀伊国屋書店。
1994 『オトメの身体：女の近代とセクシュアリティ』紀伊国屋書店。
- 杉本星子
1998 「From Mother India to Miss India, Nay, Miss World: 『フェミナ』にみる90年代のインディアン・ドレスと現代女性のイメージ」『季刊南アジア：構造・変動・ネットワーク』（特定領域研究（1）南アジアの構造変動とネットワーク）2（4）：56-58。
- 竹中千春
1999 「インド・ナショナリズムにおける『内的世界』と『外的世界』」『季刊南アジア：構造・変動・ネットワーク』（特定領域研究（1）南アジアの構造変動とネットワーク）2（1）：66-69。
- 前田 愛
1973 「大正後期通俗小説の展開：婦人雑誌の読者層」前田愛『近代読者の成立』有斐閣, 168-228（初出『文学』1968年6月, 7月）。

八木祐子

2000 『『フェミナ』の分析事始め』『季刊南アジア：構造・変動・ネットワーク』（特定領域研究（1）南アジアの構造変動とネットワーク）2（4）：58-60。