

Wer blau macht. —表象としてのジーンズ—

荒井 訓

1. はじめに

ドイツの都会で電車に乗って、あるいは田舎の町を歩きながらひとびとの姿を見る。通勤通学の時間帯であれ日中であれ、年齢や性別に関わりなく大多数のひとびとがジーンズを穿いている。役所の職員、教師、医師なども職場でジーンズを穿いている。数十年來変わらない光景だ。

旧西ドイツでは、1970年代の半ばにジーンズは大人の日常着になった。この頃にホワイトカラーの職場でも—金融機関や公共機関ではもう少しあとだが—ジーンズが穿かれるようになった〈Schmidt: 32〉⁽¹⁾。

旧東ドイツを記憶するモノたちを集めたベルリンDDR⁽²⁾博物館には、一般市民のアパートを再現した部屋、青い排気ガスをまき散らして走った旧東ドイツの国産車トラバントなどとともに、アメリカ製のジーンズとDDR製のジーンズが並べて展示されている。1989年11月9日に起きたベルリンの壁開放。その晩から翌日にかけて東から西へと壁を通過する数十万人を捉えた映像を見れば、そのほとんどの人がジーンズを穿いているのに気づく。

18世紀末、フランス革命の推進力であった民衆は、貴族やブルジョワの服

装であったキュロットを穿かず長ズボンを着用したためサン・キュロットと呼ばれた。

「かつて多くの国々で農夫、漁夫、水夫が常用していた長ズボンが、革命の帕特スを表現するぼさぼさ髪とともに、たちまちのうちに紳士の服装となった。[...] 男の服装は少しずつ色彩のないぼやけたものとなってゆき、しだいに変化をこうむることも乏しくなった。[...] 華やいだ、彩り豊かな色調は完全に消えて、布地もスコッチ織の粗めのものにとってかわられる。上着は燕尾服、礼服、給仕服となってその幾世紀にもわたった経歴を閉じ、背広に席を譲る。[...] 男子の服装が平均化していった、あるいは硬化していった過程を、文化現象としてとるにたらぬことと評価してはならない。そのなかにはフランス革命以来の精神的・社会的全変革がはっきり表現されているのである」〈ホイジンガ: 391-393〉。

産業革命がたえず技術的成果を上げ、労働と生産が時代の理想となり、19世紀「ヨーロッパは労働服を着込んだのだ」〈同: 390〉。

ヨーロッパが労働服を着込んだ19世紀後半に、米国西海岸で肉体労働のためのズボンとして“発明された”ジーンズは、東進しながら米国全土にひろまり、海を渡り、文化の境界を越え、「ベルリンの壁」も「鉄のカーテン」も突き抜けた。ホイジンガにならえば、20世紀の世界はジーンズを着込んだのだった。

西洋の産業社会に構造化された不変のモードである男性のスーツと女性のワンピース・スカートを別にすれば、モードの周期的な運命を逃れている唯一の衣類であるジーンズは、侵攻ともいえるその普及の各段階でそれぞれ異なる記号機能を帯びてきた。ジーンズほどさまざまな言説が織り込まれてきたモードはないだろう。

「人はモードから逃れることができない。なぜなら、モードはモードに対する抵抗さえもモードのひとつのアスペクトにしてしまうからだ。ブルー・ジー

ズはその歴史的な例である」〈ボードリヤール: 239〉。

小論では、ジーンズが境界を越えていく過程を追い、ジーンズをめぐる表象の推移をたどる。主たるフィールドはドイツである。それは、ひとつには小論がドイツ文化研究の枠内にあるからである。しかしまた、ジーンズの記号性はおそらくドイツにおいてもっとも濃く現れたからでもある。

2. ブリコラージュ

ドイツ・バイエルンの片田舎、バンベルク近郊のブッテンハイムにレーヴィ・シュトラウス博物館 (Levi -Strauss-Museum) がある。米国に渡り、Levi と名を変え「ジーンズの父」になるレーブ・シュトラウス (Löb Strauss) の生家である。彼は 1829 年 2 月 26 日に貧しいユダヤ人の行商人の 7 番目の末子として生まれた。彼が 16 歳の時に父親が結核で亡くなると一家は経済的困窮に陥り、1847 年、母親は彼と二人の娘を連れ、すでにニューヨークで織物類の卸業を営んでいた二人の息子を追って米国に移住した。兄たちの手伝いを始めたレーブは、1850 年にはレーヴィと改名し、1853 年に義兄がいるサンフランシスコに移り、リーヴァイ (以下、一般化した彼の会社の日本語表記に従いリーバイと記す)・ストラウスと名のようになる。当時は 1848 年頃に始まったゴールドラッシュの最盛期であり、兄たちがニューヨークで仕入れた裁縫用品、布地、テントや荷馬車の幌を作るための帆布、歯ブラシ、サスペンダーなどを商った。

中世のヨーロッパにおいて、ユダヤ人は職業上の制約を受けていた。土地所有を禁じられて農業は営めず、ギルドから締め出されていたため職工になることもできず、店舗を構える商売も制限されていた。彼らに許されていた仕事のうちで重要なものは、金融、織物、学問だった。1555 年、反ユダヤ主義者であった教皇パウルス IV 世は、古着回収と古着販売を例外としてユダヤ人の職業

活動を禁じた〈ポリアコフ: 378〉。この布告はカトリック諸国で次第に広まったが、彼らはいつまでも古着商に甘んじることなく仕立屋をはじめた。19世紀における紡績の産業化とともに、19世紀末には中欧・東欧を去り、西欧や米国に移住した職人たちは、衣料産業のプロレタリアートになるか、あるいは紡績工場主になった。多くのユダヤ人がこの業種で生活の糧を得るようになる。19世紀において、そして20世紀に入っても、仕立屋あるいは織物業は米国やフランスにおいてユダヤ系移民やその子孫たちにとって重要な職業であった。

ストラウス一家の生業はこの系譜に属していたのだったが、サンフランシスコでテント生地を売ろうとしたリーバイは、新しい系譜、つまり、のちに世界を席卷するジーンズの系譜の起源になる。ジーンズ誕生伝説によれば、1853年3月、モンゴメリー通りで、ある金鉱掘りに何を売っているのか訊ねられたリーバイが「テントを売っている」と答えると、必要なのはテントではなく、丈夫なズボンだと言われた。するとリーバイはすぐさまその金鉱掘りを連れて仕立屋のところに行き、帆布でズボンを作らせたという。この金鉱掘りは町のバーを一晩中飲み歩き、リーバイが作るズボンほど頑丈なものはない、と吹聴した。最初にジーンズの広告をしたのはウエスタンの典型的な呑兵衛だった。この伝説の真偽はともかく、一攫千金を夢見る男たちが夜毎通うバーでリーバイの作った頑丈なズボンの噂を耳にしたことは確かだろう。

リーバイと同姓のクロード・レヴィ＝ストロース (Claude Lévi-Strauss) の概念を引いていえば、ジーンズはブリコラージュ (bricolage)⁽³⁾によって生まれ、醜陋のなかで広まったのである。

レヴィ＝ストロースにとって、ブリコラージュの概念は、主体と客体 (素材) の関係を表わすものであるが、ジーンズの誕生は、そこに居合わせた二つの主体と客体との間のやりとり (相互作用) の成果であった。ジーンズ誕生伝説では、テント生地からズボンを作るという着想を得たのが誰であったのかは不明

である。ズボンを作らせることを決めたのはリーバイであったであろうが、そのアイデアを吹き込んだのは金鋤掘りであったかもしれない。いずれにせよ、ジーンズは帆布をその本来の目的とは違ったものに应用することによって発明されたのだが、このブリコラージュは、マイノリティーであったユダヤ人と金鋤掘りとの異文化の出会いから成立したのだった。しかし、ジーンズが“本当の”ジーンズになるにはなお10年以上かかった。

1831年、ラトビアの首都リガのユダヤ系の家にヤーコプ・ユーフェス（Jacob Youphes）が生まれた。リーバイより2歳年下の彼もまた、リーバイに遅れること7年、1854年にニューヨークに渡り、ジェイコブ・デイビス（Jacob Davis）と改名し、仕立屋をはじめた。その後、一攫千金を狙ってさまざまな商いに手を出しながらサンフランシスコやカナダ西部を転々とし、大陸横断鉄道が完成する前年の1868年にネヴァダ州の町、リーノに流れ着き、ここでまた仕立屋をはじめた。服だけでは商売にならず、馬用ブランケット、幌馬車の幌やテントなどを作っていたデイビスのところに、1870年12月、樵の女房がやってきて、亭主のために安く丈夫なズボンを作ってくれと注文する。3ドルの代金を前払いで受け取ったデイビスは、普通は馬用毛布を作る生成りのキャンバス地でズボンを仕上げた。以前から、作業ズボンの縫い目がすぐにほころびるといった客たちの嘆きを聞いていた彼は、目の前に転がっていた馬具や馬用毛布に使うリベットに目をとめ、これをポケット開口部の補強に応用することを思いつく。デイビスもまたブリコルールであった。

ポケットにリベットを打ったズボンは評判を呼び、2年後には注文に応じきれないほどになった。デイビスはついに彼の金鋤を掘り当てたのだったが、同時に不安も生まれた。リベットを布に打ち込むのは誰にでもできる。模倣されないように特許を申請しようと考えたが、特許申請料68ドルが用意できない。パートナーを探さなければならなかった。デイビスは生成り色の生地のほか、ブルー・デニムでも作ったが、これらの生地は洋品雑貨・生地を手広く扱って

いたリーバイ・ストラウス&カンパニーから仕入れたものであった。リーバイが60年代に、二人の兄、二人の義兄弟とともに設立したリーバイ・ストラウス&カンパニーはサンフランシスコでは知らぬ者のいない会社に成長していた。デイビスは、リーバイ・ストラウスに宛てて手紙を書いた。正確には、ユダヤ系移民で薬屋をしていた友人—この友人も正確な英語を書くことはできなかったのだが—に口述筆記してもらった手紙を送った。

「速達で二本のパンツをお送りします。一本はブルーで、もう一本は10オンスの生成りのキャンバスで、生地は御社から購入したものです。[...] このパンツの秘密はポケットをとめるのに使用したリベットにあります。需要はすぐには応じられないほど大きくなっています。キャンバス地のものは3ドル、ブルー・デニムは2.5ドルで売っています。私の隣人たちはこの成功を妬んでいます。[...] ですから、私の名前で—私が発明者なのですから—特許を取ってもらえないでしょうか。総額で68ドルかかりますが、この68ドルのかわりに、私のリベットパンツの販売に関する権利の半分を御社に差し上げます」(Cray: 20/エド・クレイ: 21f)

デイビスが送った長文の手紙の一部である。リーバイ・ストラウスはこの申し出を受けて特許を申請する。すでに、ジョージ・ホウトンという人物が靴の縫い目をリベットで留めて補強することについて特許を得ていたため、デイビスとストラウスの特許申請は難航したが、1873年5月に「金属リベットによる衣服の補強方法に関する特許」が認められる。

デイビスの手紙と特許申請書の二つだけがジーンズ誕生に関する証拠資料である。デイビスに関しては別の伝説もある。彼が1860年代の終わりに、ある町で、いつもズボンのポケットに鉱石でいっぱいにしていた金鉱掘りとの出会い、彼のためにポケットをリベットで補強することを思いついたというものである。

ストラウスと金鉱掘り、デイビスと樵あるいは金鉱掘り。二つの伝説は同じ

シーンを描き、二対の人物たちの関係も同一である。同じ物語が二つのヴァリエーションで語られている。一方では、テント生地から作られたズボンの起源が、他方では、リベットを打たれたズボンの起源が語られる。伝説はリーバイ・ストラウス社によって広められたが、いずれもその真偽を検証することはできない。唯一確かなのは、リーバイ・ストラウスが、仕立屋ジェイコブ・デイスから特許申請の申出を受ける前に、すでにサンフランシスコで通常はテントの素材として使われる生地から丈夫なズボンを作っていたという事実である。1860年の領収書が残っている〈Friedmann: 27〉。これはジーンズと名付けられていなかったが、ストラウスはそれ以前にケンタッキーで売っていた安いズボンをジーンズと呼んでいた〈ebd.〉。

インディゴに染められた厚手の14オンス前後のブルー・デニムを使用し、前二つ後ろ二つのポケットに加え、前右側には小さなコインポケット（ウォッチ・ポケット）があり、五つのベルト・ループが付けられ、要所に銅製のリベットが打たれていなければならない。現代のマニアが列挙するようなこうした条件を満たすジーンズが登場するのはまだ先のことである。

リーバイ・ストラウス社が公式にジーンズの名称を使うようになるのは1955年以降である。ジーンズにその名称をはじめて使用したのはブルー・ベル（ブランド名: ラングラー）であり、1947年のことだった。リーバイスのジーンズは長くウエスト・ハイ・オーヴァーオールズ waist high overalls（略して、waist overalls あるいは単に overalls）と称した。

ジーンズがデニムズと呼ばれたこともあるように、ジーンズとデニムはしばしば混同される。いずれも本来は生地の名称である。ジーンズの「父たち」がヨーロッパ出身であったのと同様に、これらの名称もまたヨーロッパの地に由来している。デニムは、南フランス、ラングドック地方のニームで織られたサーージュ (serge de Nîmes) の意であり、ジーンは、イタリアの港町ジェノヴァ（伊語: Genova, 仏語: Gênes）に関係づけられる生地である⁽⁴⁾。

デニムもジーンも綾織りの丈夫な生地であるが、その違いは明確ではなく、起源はいずれもファスティアンという木綿と麻あるいは綿と羊毛による綾織りの交織布に遡る。エジプトに由来するファスティアンは、16世紀にはジェノヴァ近郊で織られ、またジェノヴァの港から運ばれて行き、ジェノヴァ風ファスティアン (jean fustian / jene fustyan / geanes fustion / gene fustian) と呼ばれていた。16世紀末にはイギリスで単にジーンと呼ばれるようになり、18世後半にはアメリカでもイギリスから伝えられたジーンが織られるようになっていた。

一方、デニムもやはり16世紀にラングドック地方で織られるようになっていたファスティアンから発展してニームなどで生産されるようになった交織布が、港町マルセイから運ばれ、ニーム産のサージとして知られるようになったと考えられている。

ジェイコブ・デイビスの手紙にもあるように、1873年に誕生したリーバイ・ストラウス社のジーンズは、生成りの帆布とブルー・デニムで作られていたが、次第にブルー・デニム製のものが人気を得て主製品となっていく。

なぜこのズボンがデニムズではなく、ジーンズと呼ばれるようになったのかについては明らかではなく諸説あるが、ジェノヴァで働く水夫と彼らの穿くズボンがジーンズあるいはジェノイーズ (Genoese) と呼ばれており、“ジーン”と作業ズボンとの連想が存在していたためであろうとも考えられている。リーバイ・ストラウスがケンタッキーで売っていたジーンズ以前の“ジーンズ”もジェノヴァから運ばれてきた生地から作られたものであった (Friedmann: 27)。

ジーンズの誕生には、馬具製造の技術を衣服の製作に転用するというブリコラージュが関与していたのだが、その普及は、近代的な技術革命においてはありえなかった。18世紀にはイギリスで次々と紡績技術の革命が起きた。1733年に織工ジョン＝ケイが縦糸と横糸の織り込みを容易にする飛び杼を発

明し、1764年頃にイギリスのハーグリーブスが多軸紡績機（ジェニー紡績機）を発明して一度に8本の糸を紡ぐことができるようになった。1768年にアークライトが水車を動力とする水力紡績機を作り、1785年にはカートライトが蒸気で動く力織機を発明している。綿加工の機械化がこの生地の商品化を促進したことは確かだが、決定的な飛躍をもたらしたのは、アメリカで1793年にホイットニーが発明した綿繰機であった。これにより、手作業の300倍の能率で、綿の種子から繊維を繰ることができるようになった。1781年にはニューオリンズで最初の綿取引所の一つが開かれていた。こうした技術革命やシステムの構築により、綿の普及が進み、19世紀末には、繊維市場の80%を綿が占めるようになった。

特許が認められた1873年5月に、ジェイコブ・デイビスはサンフランシスコに移り、リーバイ・ストラウスのもとで、最初はpantaloonsあるいはwaist overallsないしoverallsと呼ばれた、リベットを打ったズボンの生産を始める。このズボンはヒット商品となり、リーバイ・ストラウスは60名の縫い子—彼女たちはリベット打ちを含めた全工程をこなした—を雇って小さな会社を設立した。リベットは、ズボンのポケットの補強だけでなく、ジャケットやベストのポケットにも打たれることになった。

エド・クレイによれば、1873年の終わりまでに、1,800ダースのズボンとコートが売られ、43,510ドルを売り上げた。翌年には、5,875ダースのリベット付きのズボン、ベスト、コートが販売され、ジャケット売り上げは148,471ドルにのぼった。すぐに模造品や偽造品が現われたが、特許を取得していたリーバイスは、政府情報機関の元職員を雇って徹底的に偽物を追及し、すでに1874年にはカリフォルニアの“ジーンズ”を製造した二社に対して訴訟を起こしている（Cray: 24/クレイ: 25）。一般化していた技術とシステムを背景としてブリコラージュから生まれたジーンズは、特許に守られて、まずはリーバイスというイメージのなかに立ちあがっていったのだった。

3. 労働, 余暇, モード, 特権, 反抗

リーバイスを守ったジーンズの特許が1890年に切れると、市場にはリベットを打った廉価なジーンズが溢れた。リーバイスの売上の大部分はヨーロッパ市場向けのエレガントな服であり、ジーンズは主力商品ではなかったが、粗悪品が横行する市場に対してリーバイスは、501XX（ダブル X）というヒット商品で応じた。伝説のジーンズである。

この間に、リーバイ・ストラウスは実業家として成功を収め、サンフランシスコの名士として1902年に没した。しかし、彼の死後もさしあたり彼の会社とジーンズの名声は西海岸にとどまっていた。ジーンズは依然として純粋な作業着であり、もっぱら肉体労働者のみに着用されていた。

「純粋に機能的な衣服（青い作業服）を、たとえその記号性を機能というおもて向きの背後に隠している場合ですら純粋に信号表示的な性質をもつモードの衣服（《カクテル・パーティーのための黒いドレス》）に対立させてみたいとお考えになるのは無理もない。が、それは不正確な対立というものだ。現実の衣服が、どんなに機能的なものであっても、機能というものが少なくとも機能自体の記号である限り、そこにはある信号表示的な要素が含まれている。青い作業服は仕事に役立つためのものだが、また仕事を誇示してもいるのだ」
〈Barthes: 270／バルト: 363〉

1922年に初めてベルト・ループが付けられ、胸当てやサスペンダーが不可欠のパーツではなくなったジーンズは、その「労働」という記号性を薄めて行くが、それを決定的にしたのは1929年の世界恐慌であった。この年以降に、それまでもっぱら肉体労働の場に限られていたジーンズの領土は大きく拡大して行く。

エレガントな服をまとい大西洋を越え、休暇をヨーロッパで過ごしていた東海岸の都市生活者が、経済危機に直面して割安な国内旅行に行き先を変えるようになった。彼らは、観光牧場 (dude-ranch) に向かい、ウエスタンを発見し、ジーンズと出会う。この頃までに、ウエスタンの男たち、つまりカウボーイたちの機能を表す記号にもなっていたジーンズは、以後都市生活者たちの休暇のための典型的なアイテムになり⁽⁵⁾、それとともに、労働を模倣する余暇の記号になっていった。しかし、そのことによってすぐさまジーンズは労働という領土を離れたわけではない。まずはその本来の機能が根づいていた場所である牧場において機能の変化が起きたのである。

「だからこそ現実のありとあらゆる事物について、いったんそれが標準化されてしまえば（ところで今日、そうでないものがあるだろうか？）機能についてではなく、《機能＝記号》について語らなければならないことになる。そう考えれば、文化的なものはずべて社会的なものでもあるという本性によって、いわば意味使命を担っているということに納得がいく。その意味使命において、記号はいつでも機能から分離する用意ができており、機能がつくりものないしはアリバイの地位にまで縮んでしまえば、あとは記号単独で自由行動を開始する用意も充分なのだ」〈Barthes: 271／バルト: 364〉

ジーンズの記号は、1930年代半ばに、社会的・文化的に本来のジーンズ着用者とは異なる人々に受け入れられた。彼らはワイルド・ウエスタンを演じるためにジーンズを穿き、ジーンズは次第に休暇の服になっていった。ジーンズの新たな記号は、元の着用者であるカウボーイに環流していく。カウボーイたちは、リーバイスが多額の賞金を出すことによって余暇の見せ物として人気を博したロデオで、リーバイス 501 に派手なカウボーイシャツを合わせて着た。ジーンズは労働からカラフルな余暇のなかに移し置かれたのである。

しかし、リーバイスはジーンズ本来の特性を強調し、宣伝に利用することを忘れなかった。ロデオの優勝者に賞金を提供した当時の宣伝部長であったディック・クローニンによれば、「われわれは、引き続き西部のテーマの上に立って宣伝してきました。それにプラス耐久性。耐久性、われわれはいつもそれを強調していました」〈Cray: 91／クレイ: 81〉。1880年代からリーバイスは、二頭の馬で引っぱっても破れないほど頑丈であることを表現するツーホース・マークのレザーパッチをジーンズにつけたが、そのイメージの定着にリーバイスが成功したことを顧客からの数々の手紙が証言している。時代は馬から車に代わっていたが。

「ある男の人が、車を路肩から外してしまっていて途方に暮れているところに行き会わせました。チェーンもロープもありません。……が、車の後ろに古いリーバイのズボンがあったので、その片脚の方を私たちの車に、別の脚を彼の車の前に結びつけました。私たちは本気で引っぱらなければなりませんでしたが、ズボンはちゃんと持ちこたえ、車は路上に出られました」〈Cray: 91／クレイ: 81〉

1935年5月に、初めてリーバイスはファッション雑誌アメリカン・ヴォーグに広告を出した。そこには、東海岸からやってきて観光牧場でリーバイスを穿いて休暇を過ごしている二人のエレガントな女性のイラストが描かれている。「真のウエスタン・シック」がカウボーイたちによって作り出された、という文を添えて〈Friedmann: 42／Dettmer: 87〉。有名なメーカーの高級品だけを扱っていたヴォーグが、労働着を出自とする割安で頑丈なズボンの広告を載せたのはきわめて異例であった。この広告は、ジーンズの歴史の新たな一歩のバナーになった。リーバイスはジーンズの記号を、余暇の装いを超えて、モードのシンボルとして仕立てたのである⁽⁶⁾。労働という機能は、今やカウボーイと結びつけられることによってのみ表されている。ここに表されたモードの記号は、ヴォーグの読者が住む都市とは別の場所、ワイルド・ウエスタンを指し

示している。1929年の経済危機は牛肉価格の暴落をもたらしただけに終わらず、牧場主たちに新たな収入源を求めさせるように強い、彼らは豊かな都市生活者を惹きつける観光牧場を作り出したのだった。そして、この新しい休暇の過ごし方は、ヘミングウェイも通ったアバクロンビー&フィッチなどニューヨークのレジャー・ウエア専門の高級ブティックにもリーバイスを置かせる契機になった。

しかし、作業着としてのジーンズの記号はまだ労働から完全に離れたわけではない。さしあたりその本来の機能の場、牧場でのみ有効であり、ジーンズは都市や観光牧場以外の休暇地でも着用されるには至っていない。つまり、ジーンズはまだ一般的なモードではなかった。

第二次世界大戦開戦の頃、1939年から1940年頃に、自然発生的にモードの変化が起きた。自分たちを差異化するためにジーンズを穿く学生たちが現れた。エド・クレイによれば、「ダブル X ズボンが、純然たる西部の、もしくは労働者のマーケットから広い世界に躍り出たのは、その頃のことである。だが、このようなことは徐々にしかおこらないので、誰も正確にその日を指摘することはできない。この流行が、カリフォルニア大学バークレー校か、オレゴン大学のどちらかで始まったということは、明らかだった。[...] 大学の二年生は、そのズボンを自分たちのものとして取り入れ、下級の一年生には穿くことを禁じた」〈Cray: 97/クレイ: 86〉。前出のクローニンも機を逃さず、カリフォルニアの母校の頭文字を付けることを許された特権的な運動クラブの学生たちに「他のものを穿かないのなら、喜んでズボンを提供しようと申し入れたり、オレゴン州の知事に、ダブル X デニムの着用は州立大学の二年生に限ると言わせたり、この一次的な熱狂を利用するため、可能な限りの手を打った」〈ebd.〉。クローニンは宣伝のエキスパートとして、ジーンズが特権の印になるだけでなく、差異化の手段になりうることを意識していたに違いない。

このような差異化の機能が顕著になるのは1950年代であるが、第二次世界大戦中にジーンズはさらに別の記号を纏うことになる。アメリカが参戦すると、ジーンズは重要な軍需品になった。作られるジーンズの大半は、特権的に、造船、戦闘機製作、弾薬工場ほかの軍需産業の労働者が穿くものになり、一般の店におろされる品数は激減した。入荷が予告されると、店の前には長い行列ができた〈Dettmer: 69〉。労働、余暇、モードに加えて、特権という記号が付加されたのだった。

軍需産業の労働者やGIたちは戦後、西部に限らず東部でもジーンズを愛用し、リーバイスの顧客拡大に寄与した。需要は飛躍的に増え、リーバイスのほか、1929年からリー・ライダーズ（Lee-Riders）の名でジーンズを売っていたリー（Lee）、ラングラー（Wrangler）ブランドを作ったブルー・ベル（Blue Bell）の三大企業の競争が始まる。マーケティング戦略上、当然ながら、戦後のベビー・ブームは重大な要素であった。50年代初頭にはジーンズの広告は、子どもや若年層に向けられるようになり、1954/55年頃にその年代の余暇のズボンとしてジーンズが浸透し、彼らの成長にともなってジーンズはアメリカの幅広い若い世代の日常着として定着した〈Könenkamp: 119f.〉。戦後のヨーロッパでは、各地に進駐したGIたちにより、ジーンズが広まっていった。例えば、フランスではすでに50年代のはじめに最初のジーンズショップが次々に開店し、供給が需要に間に合わなかった〈Friedmann: 52〉。ジーンズの領土はこの時期に世代的にも地理的にも急速に拡大したのだった。

4. 神話的形姿から一般市民へ

1953年公開の映画『乱暴者（The Wild One）』で29歳のマーロン・ブランドは、ジーンズと革ジャンで身を包み、ハーレー・ダビッドソンに股がって暴走族のリーダーを演じた。権力を無視し、暴力的で、自分たち自身で作り上げたヒエラルヒーだけを受け入れる若者たちの姿が描かれたこの映画は、イギリ

スでは1968年まで公開が認められなかったほど「反社会的」だった。

ジェームズ・ディーンは、父親からの愛を切望する息子の葛藤、反発、和解を描いた『エデンの東 (East of Eden)』(1955年)で初めて主演を演じ、同年の『理由なき反抗 (Rebel Without a Cause)』では、不良仲間のなかにあつて自己主張をしなければならない、反抗的でメランコリックなアウトサイダーを演じた。登場する若者たちはジーンズを穿き、ブルゾンを着ている。男はスーツにネクタイ、女はパステルカラーのワンピース、というように誰もが同じ格好をし、決まった様式に収まっていた統制的・全体主義的な空気なかで鬱々としていた若者たちにとって、それは「反抗」を表現する新鮮な姿だった。一躍スターになったこの年の9月30日、ジェームズ・ディーンは、愛車ポルシェ550のハンドルを握り自動車レースに向かう途中、カリフォルニアの州道で横からはみ出してきた車と衝突して24歳の短い生涯を終えた。

若すぎる突然の死は、彼を神話化し、ジーンズの系譜学を新しい方向に向ける事件だった。彼の死は、モードのひとつの変態に過ぎなかったものを、ひとつの理想へ、言い換えれば、ことばで表現し得ない新しい存在形式のさまざまなアспектを具現する表象へと変えたのだった。新しい伝説は、アメリカの若者たちによって記号化されたものとしてのジーンズの到来を告げるものだった。新しい若者たちの在り様が、神話化されたひとりの若者の形姿によって具現化されたのである。それは、初期のジーンズが労働の記号としてゴールドラッシュの物語と重ね合わされたのに似ていた。ジェームズ・ディーンは、ジーンズの普及拡大に貢献したが、ファッションモデルのような衣服に対する距離感をもたず(モデルは計算された冷静さをもってモードを紹介する)、スターとしてエレガントな役割を演ずることもなかった。

「スターは一つのモデル〔範型〕である(それは役割ではありえない)。だからスターは、パンテオンの神殿に所属するもの(ダニイ・ロバン、フランソワ

ズ・サガン、コレット・デュバル)としてしかモードの世界に登場しない。その神殿で神ひとりひとは安逸な無為に時をすごしながら、しかもたえず多忙なのである」〈Barthes: 260／バルト: 350〉

若者たちはむしろ、反フォーマル・反上流のヒーローとしてのジェームズ・ディーンという存在自体に自分を投影した。彗星のように現れてすぐに悲劇的な最期を遂げたことによって、このヒーローは永遠化され、彼のジーンズ姿も永遠化されたのだった。

リーバイスの最初のジーンズは、空間と結びつき、幸福な集団的叙事詩を語った。しかし、若者たちのジーンズは、存在形式とともに発生し、衣服に対する内面化された態度の表現だった。個人的で不幸な反抗の記号としての沈黙のハビトゥスである。ジェームズ・ディーンのジーンズは、自分自身と自分の運命に不安を抱く若者の沈黙の象徴だった。

「ジェームズ・ディーンとエルヴィス・プレスリーとジャック・ケルアックは一度も会ったことはなかったが、社会の習慣や体裁に惑わされず、内なる直感に突き動かされて行動したという点で相通じるものがあつた。人種、性別、家族、宗教、権威、そして理性の支配についての凝り固まった古い価値観に異議を唱えた彼ら三人のパイオニアは、奔放で独立心に富んだ若者たちの象徴としてあがめられ、二〇世紀後半、モッズ、ヒッピー、パンク、グランジ、サイバー・パンク——常に文化の大勢に批判的な若い反逆者たちの間でその伝説は語り継がれていった」〈出石: 88〉

1950年代半ばのアメリカで、ジーンズの波が学校にも到達した時、伝統的な男子服が脅かされることを恐れて学校ではジーンズの着用が禁止され、ジーンズの売れ行きが落ちた町もあった〈Friedmann: 60, Dettmar: 70〉。しかし、このような動きはむしろ、ジーンズが一次的な流行ではないことを認識させ、

アメリカの伝統的な価値を拒絶するもの、モードを拒絶するものとしてジーンズの記号性を強化する痙攣にほかならなかった。アメリカの西部諸州、殊に子どもたちのジーンズ着用が普通だった田舎では、学校もジーンズに対して次第に寛容になっていったが、東部では1950年代末でもまだ学校ではジーンズ着用が禁じられていた〈Friedmann: 62〉。

ビートニク、ヒッピー等々、1950年代中頃から1964年の公民権諸法制定まで続く公民権運動⁽⁷⁾、60年代から70年代半ばまで続いたベトナム反戦運動にいたるまで、その意味内容はそれぞれ異なるものの、ジーンズは反抗や抗議の記号として機能した。特定の政治的組織やイデオロギーに支配されない、リベラルで個人主義的な種々の文化的・社会的運動がジーンズの躍進に貢献した。ジーンズは記号として、これを穿くマージナルな人々にある種の自律性を与えたが、当時のジーンズの象徴的な意味はアンビヴァレントだった。一方において、ジーンズはエスタブリッシュメントへの対抗や支配的な規範との対照を演出するものであり、他方においては、あるグループへの帰属への拒絶の表現であった。60年代、70年代の文化的・社会的運動、政治的プロテスト、集団的な拒絶の表現といったものが退潮するとともに、ジーンズはその記号的な機能を失っていく。戦後の女性の労働力の増加にともない、女性のズボン（とりわけジーンズの）着用率が高まっていたが、男女平等であったヒッピーのコミュニケーションや公民権運動や反戦運動のなかでは、ジーンズは男女の境界をとりはらう装置でもあった。マーシャル・マクルーハンによれば、当時の「ジーンズはエスタブリッシュメントに対する抗議の表現である。このズボンは、中産階級の諸価値を疑わしいものとする。ジーンズは、社会学的に言えば、中間層の諸価値からの離反と、技術の進歩がもたらす個人性の喪失に対する抗議である」〈Der Spiegel Nr.37, 1973: 174〉

しかし、70年代後半以降にカルバン・クライン、イヴ・サンローランやピエール・カルダンなどのエレガントなデザイナー・ジーンズが登場するとともに、

ジーンズの反エスタブリッシュメントとしての記号性は無化されていった。すでに1965年10月4日の“The Wall Street Journal”は、「ブルー・ジーンズ」で始まるタイトルをもつ50曲を超える歌の流行をとりあげ、ジーンズをアメリカの最もポピュラーな衣類と評している〈Dettmer: 79〉。この頃アメリカにおいてジーンズはすべての年齢層、すべての社会階層の日常着として受け入れられ着用されるようになった。

若い頃にジーンズに馴染んだ世代が大人になっても穿き続けるようになったこともその大きな要因であろう。ワイルド・ウエスタンへの郷愁、ジーンズを穿いたたくましい肉体労働者への密かな憧れ、若さの演出、薄れてもなお残る反抗の残滓、そして何よりも丈夫で扱いやすい実用性など、ジーンズが一般化した要因はさまざまその詳細を特定することは難しい。確かなのは、ジーンズがほとんど全ての階層に着用されるものになった時に、それが純粋な労働着であった本来の場の外側でも普及する要因となった特性、つまり区別・差異化する機能が消えたということである。

ジーンズはアメリカで全ての年齢層・社会階層に日常着として受け入れられ着用されるようになる一方、非常に速く広く世界に広まっていった。第二次大戦後、アメリカに由来するものたちがヨーロッパを魅了したが、その魅惑をアリソン・ルリーは、「熊の毛皮を肩にかけ、鷲の羽を髪にさした未開人のように、今日のヨーロッパのティーンエイジャーは、アメリカのパワーとエッセンスがこのジーンズに含まれていて、それがジーンズを穿くことで自分の身につくと信じている」〈Lurie: 87〉と評している。

5. 1950年代の東西ドイツで

西ドイツでは、ジーンズはまずはアメリカ駐留軍施設内の店、PX (Post Exchange) で売られ、その内のかなりの数が闇市へ流れた。1932年からキエツェルスラウで作業着を作っていたヘルマン社が、1949年にアメリカ産の

ジーンズを真似た青い作業着を生産・販売し、1958年にはデニムから初のドイツ製ジーンズを生産した。現在も存続しているブランド、ムスタング (Mustang) である。西ドイツの通信販売会社、ネッカーマンは1951年にはすでにアメリカ風のリベットを打ったオーバーオールの組立工用ズボンを買っていた。54年の春のカタログには男性向けのジーンズを載せ、同年夏には女性向けのジーンズも販売した。この時すでに子ども向けジーンズも生産されており、少年向けには〈カウボーイ・ズボン〉が、少女向けには裾にチェック柄の折り返しの付いた〈ガール・ズボン〉がカタログに載っている。59年の夏のカタログには「この丈夫で粋なブルー・ジーンズは我らの若者たちの間できっと大反響を呼ぶだろう」と書かれていた。ここでもジーンズは若者向けのものとして無条件に推奨されているようではあるが、やはり西ドイツにおいても、アメリカから来たモードとトレンドに対しては一定の留保が置かれていた。多くの親たちは海の向こうからの文化的影響に対して伝統的に不信を抱いていたが、アメリカ占領軍の軍人たちとの交流で得た好印象から考えを変えて行く。

東ブロックにおいても、ジーンズは若者たちの垂涎のアイテムになった。例えば、モスクワでは、ホテルをうろついてアメリカ人からジーンズを買おうとした一人のティーンエイジャーがシベリアの強制労働収容所に送られたことがあった (Dettmar: 90)。若いロシア人のジーンズを求める抑えがたい欲求は、アメリカへの共感としてであれ、大きな障害をも乗り越えてしまうモードの一例としてであれ、共産主義体制を脅かす芽として解釈されたのである。ジーンズはいかにして「鉄のカーテン」を通り抜けて東ブロックにも広まっていったのか、その過程でどのような記号性を帯びていったのか。

1945年、ドイツはアメリカ、イギリス、フランスの資本主義西側3国と社会主義のソ連によって4つの占領地域に分割され、これが冷戦の発端となった。政治的、経済的に相容れない両陣営はドイツで向かいあうことになり、1949

年の西ドイツ（BRD／ドイツ連邦共和国）と東ドイツ（DDR／ドイツ民主共和国）の成立により、対立は明確になった。しかし、1949年当時は、東西に分割されたベルリンも境界はまだ開かれており、ラジオ局 RIAS と AFN は西側の声を東に送り続け、アメリカ映画を観たい者は東から西へと境界を越えた。西ベルリンの街角で、また映画を観て、東の若者たちはジーンズに眼を留め、西ベルリンでジーンズを手に入れた〈Ulbrich: 92〉。

DDR 指導部は、当然ながら、東ベルリンの若者たちが西ベルリンの若者たちと同様に“American Way of Life”に魅かれていることに気づいていた。彼らはしばらく若者たちの行動を静観していたが、結局 1950 年代になって「アメリカ帝国主義と劣悪文化」に対する最初のキャンペーンを始めた。ジーンズの輸入は外貨不足により不可能であり、加えて、社会主義を築いていかなければならない青年たちが「階級の敵（Klassenfeind）」のズボンを穿くのは決して望ましいことではなかった〈Ulbrich: 93〉。ジーンズはもともと労働者階級のズボンではあるが、意味の逆転が起きていたわけである。

『エデンの東』（1955年）、『理由なき反抗』（1955年）のジェームス・ディーンが偶像化され、ジーンズが西ドイツでもブームを起こしたのは 1956 年である。マーロン・ブランド主演の『暴力教室』はアメリカで公開された 1955 年にドイツでも公開されている。

1956 年に、DDR の国営映画製作会社 DEFA によって制作された『ベルリン—シェーンハウザー界限（Berlin – Eck Schönhauser）』が、SED（ドイツ社会主義統一党）の青年組織 FDJ（自由ドイツ青年同盟）の幹部たちの反対にも関わらず、映画館に配給された。ストーリーの中心は、当時労働者居住区だったベルリンのプレントラウアー・ベルクの不良グループである。彼らは地下鉄の鉄橋下になむろしてはアメリカ風のダンスを踊る。ジーンズ、革ジャン、テキサス・ペンダント（皮バンドに型抜きメタルを付けたペンダント）という出で立ちで。エッケハルト・シャルが演じるディーターは、責任感のある労働

者だがFDJには拒絶される。ジーンズを穿いていたからだ。彼のガールフレンド、イルゼ・パージェ演じるアンゲラは、サブリナパンツに細身のタートルネックのセーターを身につけている。西側のモードの見本そのものである。彼女の「理想の男性はマーロン・ブランド」だと言う。ディーターは、人民警察に勤務している筋金入りの社会主義者である兄とぶつかり、アメリカの音楽やモードにもっと寛容であってほしい、と言う。

「何で僕の望むように生きられないんだ。兄さんたちはなんで規則ばかりなんだ。街角に立っていれば不良。ブギを踊ればアメリカ的。シャツをズボンの外に出していれば、政治的に不適切、だなんて」

この映画はDDRの若者たちの間で大ヒットした。最初の3ヶ月で150万人の観客を動員した。1995年には、それまでのすべてのドイツ映画のうちで最も重要な100作品のひとつに選ばれている。

およそ20年後、ジャーナリストのユッタ・フォイクトは、1978年10月15日のSonntag誌に、この映画は彼女の当時の生活感情を表していたと述べている。「『ベルリン—シェーンハウザー界限』は私の映画だった。16歳で私は7分丈の黒い細身のパンツを穿き、〈ダンス禁止〉と書いてある所でいつもロックンロールを踊っていた。[...] その頃にこのDEFA映画『ベルリン—シェーンハウザー界限』を観て完全に心を奪われた。私が理解されたと思った。私が生きている世界だった」

DDRのメディアは、公開当初この映画について好意的な反応を示した。東ベルリンの若者たちの問題を正確に描き出し、精神的に成長した主人公が最後には鉄のカーテンの正しい側、つまり東側に戻ってくるからだった（例えば、Berliner Zeitung: 1957.9.2）。しかし、やはり、この映画では、問題を起こす好ましくない若者たちが描かれているため、激しい議論を呼んだ。

1956年は、第20回ソ連共産党大会が開かれた年である。1953年のスターリンの死後始まった「雪どけ」が、この大会以降のフルシチョフ指導部によるス

ターリン批判で本格化する。「雪どけ」は冷戦の枠の中で米ソの平和共存を実現させ、同時に東欧で自由化を求める動きを促した。DDRのインテリたちはフルシチョフの演説に対して、言論の自由への要求をもって応えた。しかし、1956年冬、ハンガリー反ソ動乱をソ連が弾圧し、凄惨な結末に終わると、DDRの強硬派は再び勢力を強めることになった。1958年7月の第2回SED映画協議会で、『ベルリン—シェーンハウザー界限』の評価が修正された。「描かれている人物たちは規範を逸脱しており、西側の市民的退廃の芸術観に沿うものだ」(Menzel: 17)とされた。SEDは「雪どけ」によってごく短い間揺らいだ観念を再び堅持することになった。ジーンズとロックンロールは社会主義的世界像と相容れない、と。

しかし、アメリカの影響を受けたDDRの若者文化の展開はもはや押しとどめることはできなかった。若者文化が市場を制した西ドイツからは絶えず新しい刺激が送られてきていた。ハーディー・クリューガー、ホルスト・ブーフホルツ、ペーター・クラウス、コニー・フロベスのような西ドイツの人気俳優たちがアメリカの手本を真似たジーンズ・ルックを取り入れた。1957年の西ドイツ映画『ちんぴら (Die Halbstarcken)』でハーディー・クリューガーは、犯罪的な若者のグループのリーダーを演じた。彼は両親とぶつかりつつもきちんとした生活に憧れる。この映画は、『暴力教室』で扱われた、若者たちと大人たちの葛藤というテーマを取り上げ、それを、倫理や規律を新たに作り直さなければならなかった戦後ドイツの状況に重ね合わせたものである。ストーリーは悲劇的に終わる。犯罪を犯した主人公は刑務所に入る。これに反して、1958年の西ドイツ映画『コニーがペーターと一緒になら (Wenn die Conny mit dem Peter)』では、ティーンエイジャーたちの葛藤は調和的に終わる。ここでは『ちんぴら』とはまったく違う若者たちのグループが描かれている。彼らはアメリカのモードや音楽に夢中だが、それ以外は戦後の西ドイツ社会に適応することができる。彼らが一定の規則や価値を守る限り、大人も彼らのスタイルを受け

入れる。『ちんぴら』の悲劇的な敗者の姿とは対照的である。高校生役のパーター・クラウドは余暇にだけジーンズを穿いている。コニー・フロベスは、ジーンズ地のストラップ付きワンピースを着ているが行儀はいい。ロックンロールのコンサートを学校で開こうとする彼ら高校生たちは、学費を病気の母親の治療費にまわすために退学しようとするパーターを援助する高校生であり、大人の理解も得てパーターには奨学金が与えられる。

これらの西ドイツ映画はDDRでは上映されなかった。DDRでは世代間の葛藤は公にはテーマ化されることはなかった。ベルリン市当局の記録によると、1957年には毎日26,000人の東ベルリン市民が西側の映画館で映画を観ていた。東西の境界に近い映画館では東ベルリンの若者が観客の90～100%を占めていた〈Poiger: 85〉。その反動として、この年の10月には人民警察による東西ベルリン間の越境検査が厳しくなり、その後、西ベルリンの映画館における東ベルリンからの観客の割合は20%程度に低下した〈ebd.〉。SEDは禁止政策をもって、ジーンズの着用を止めさせようとしたが、新しいスタイルへの憧れがそれで止むはずもなかった。

DDRの指導部の、社会主義においてあるべき装いに関する観念にジーンズはそぐわないものだった。SEDは国民を服装の問題においても教育し、西側のモードに社会主義的な服装文化の新しい理想を対置させようとした。社会主義における個人の内面と外見が一致しなければならないのだった。

1952年、消費材産業省（Ministerium für Leichtindustrie）の下に服装文化研究所（Institut für Bekleidungskultur）が創設された。「アメリカの劣悪文化の影響を受けないモード」〈vgl. Menzel: 19〉を創造するための機関であり、1957年にはドイツモード研究所（Deutsches Modeinstitut）と改名された。この研究所は衣類産業のためのコンサルティングをするほか、新しいモードを提案した。目的は、「進歩的な、われわれの社会の発展に相応しい、われわれの

国民的文化遺産受け継ぐような服装文化の形成」〈vgl. Menzel: 19〉であった。SED 中央委員会書記長のヴァルター・ウルブリヒトの指示に従って、モード制作者たちは社会主義的なモードを生み出し、また、これを新しい生活スタイルの一要素として身につけさせるように努めた。大衆需要品としてのモードを準備することは、社会主義の意識形成にとって決定的であると見なされていた。

「進歩的な、われわれの社会の発展に相応しい」ものであると同時に「われわれの国民的文化遺産受け継ぐような」社会主義的な服装の理想というものは逆説的であった。社会主義的なスタイルを新たに作り出そうとする一方で、伝統的な形式を要求しているのだから。労働者階級の党である SED は、労働者も良い服装をしなければならないと強調した。「プロレタリアの服装習慣は堅実な市民性をもつべきである」（例えば、Leipziger Neueste Nachrichten 紙、1959.10.2.）。こうして、プロレタリアの伝統的な日常服は—それにはジーンズも含まれるわけだが—否定されたことになる。しかし、ジーンズとチェック柄のシャツというスタイルを、スーツにネクタイを締めるスタイルに代わるものとして好んだ若い労働者たちは、このような党の指導には承服しなかった。

服装文化研究所のデザイナーだったレオニー・ヴァッヘは、1954年のある時、SED 中央委員会の代表に呼ばれて叱責されたという。「私はジーンズが好きで、ジーンズのようなもの作りたかった。私たちはジーンズ地を使ったかったが、長い繊維の木綿は入手できなかったためうまく行かなかった。DDRにはリベットもなかった。それを入手するための資金もなかった。中央委員会の代表は、私がどのような資本主義的思想をモードのなかに取り入れようとするのか、と質問してきた。このようなズボンに資本主義そのものだ、と言って。それ以来、私はこの平織りの木綿地を手放すことになった。国民はこの実用的な服を欲しがっていたのだが」〈Menzel: 23〉

DDRにおける商業の国有化は1960年までにほぼ完了し、これにより繊維製品全般にわたる統制が可能になり、輸入物のジーンズの販売は不可能になっ

た。これは、流行のモードの需要が満たされないことの責任もまた国営の会社や店舗に負わされることも意味していた。1948年にHO（国家商業機関）が作られ、最初の国営小売店舗が開店した。それらの店では配給品のほかに、闇市で売られているものに代わる品を提供するはずであった。しかし、HOでの販売価格はたいへん高く、ここで買い物ができる国民は少なかった。政府の価格政策は均等化を目指していた。つまり、消費財を手頃な価格で売り、誰でも入手できるようにしようとした。しかし、消費財産業（Konsumgüterindustrie／西ドイツでは軽工業 Leichtindustrie）への投資が再三先延ばしにされた結果、価格は十分に引き下げられなかった。

1953年4月に繊維製品と靴類の配給制が廃止になった。この配給制は「わが国の繊維製品と靴類産業の生産の高まりが、繊維製品と靴類の需要を十分に満たしたために可能になった」〈Menzel: 24〉ものだったが、この配給制の廃止以後、繊維製品の価格は明らかに高くなった。しかも、国の計画どおりに小売店に届けられる繊維製品は質の悪いことが多く、西側の製品との比較に耐えられなかった。

東西両ドイツの経済的スタートの条件は、それぞれの占領国の経済力の差からまったく異なっていた。繊維製品・衣類産業は、伝統的にDDRの消費財産業の最大の分野だった。西ドイツの軽工業がアメリカのマーシャルプランによって計画的に構築されたのに対して、50年代のDDRの産業はソ連への賠償金の支払のために弱体化し、また慢性的な原料不足に陥っていた。DDRの木綿の最大の調達先であったソ連では、自国民への供給がもっとも優先された。社会主義諸国へ納入された木綿はたいてい質の悪いものだった。このことはまた、DDRの繊維産業の老朽化した機械による木綿加工が再三中断されるといふ結果をも招いた。

DDRにおける生産の中央集権制は、供給品を変更するにはコストのかかる計画を必要とし、変化に柔軟に対応できないという結果を招いた。1953年の

いわゆる6月17日蜂起によって、労働者だけでなく、医師や牧師などを含めたさまざまな階層の国民が、SEDの経済政策およびその供給政策についての不満を表した。DDRの経済状況、およびそこからくる政治的に不安定な状況の緊張を和らげるため、ソ連は1954年以降、およそ25億ドル残っていた賠償の請求をやめ、接收していた工業会社も返還した。ソ連は、DDR国民の供給状況を改善するために債務を免除し、多額の借款を行った。

繊維製品の生産には「計画の先行的達成」が行われたが、品質には十分な注意が払われなかったため、生産された衣類は需要が大きかったにもかかわらず売れ行きは悪く、50年代なかばには計画以上の在庫を抱えることになった。国家指導部は、欠乏の時代ではあっても人々が衣服の選択にあたって価格よりも品質やモード性を重視することを認識しなければならなかった。例えば、ある国営トリコット製品工場の責任者は、「半年以上前から計画しても、流行は非常に短期的に変化している」〈例えば、National-Zeitung: 1956.9.15.〉と嘆いている。

50年代末には、SED指導部は国民の要求を無視できなくなり、ウルブリヒト書記長は、最新の流行の基準にしたがって衣服を選ぶ人々は高めの価格でも支払う、と認めた〈例えば、Neues Deutschland: 1959.8.13.〉。かくして、西側のモードに対するイデオロギー上の批判は原則的に緩和されたが、素材の問題は残った。ジーンズのような実用的な衣類をDDRの若者たちは依然として西側で入手しなければならなかった。

1950年以降、国内商業の保護に関する法律により、西側の商品を営業目的でDDRに持ち込むことが禁じられたが、闇市での商売は盛んであった。国境での検査はあまり厳しくなかった。それは、DDRにおける消費財の劣悪な供給に対する不満が政治情勢に影響することが懸念されたからに違いない。当時はまだ、東西ドイツの国境近辺でもベルリンでも東西の往来の監視は難しかった。ジーンズを西から東へ持ち込んだ者には、発見され逮捕されれば禁固刑や

罰金刑が待っていたが「密輸」は止まなかった。

ベルリンのSバーンの西側の駅、例えば、環状線と南北地下鉄線が交わるゲズンドブルンネン駅近辺では、小屋掛けの店で東西を行き来する人々に日用品が売られていて、その中には需要の多いジーンズもあった。1989年に出版された『オーピリアドーへの道 (Der Weg nach Oobiliadooh)』でフリッツ・ルドルフ・フリースは、50年代のジャズ好きの二人の学生が東ベルリンのリヒテンベルク地区を訪れた時の一幕を描いている。

「ファルクは上の窓から見ていた。それは彼の大家の部屋だった。二人が来るのを見ると彼は自分の部屋に移って、二人が呼び鈴をならした時にはそこに立っていた。ドアのところ、長い脚をジーンズに包んで。神童で、かつてはヒュープナーの特別クラスの生徒だったファルクは、今は地球物理学の測定で稼いでいる。[...] 彼は、客に敬意を表して戸棚からネスレの紅茶を取ってきて、Pに彼の青いズボンの値段を言った。彼はゲズンドブルンネンで買えばいいと勧めた。[...] そこでは夢が現実になる」〈Fries: 205f.〉

DDRでは、ジーンズを欲しがる若者たちに、それに代わる選択肢を与えようとした。例えば、1958年のFDJの機関誌、Junge Welt誌は、ベルリンのモード・フォーラムで開催されたモード・ショーについて次のように報告している。「『君たちも、この新作がりベットズボン⁽⁸⁾に取って代わるとは思わないか?』と司会者が聞いた。すると、大きな賛同があった。ホールにいた何人かのリベットズボンの着用者ですら拍手をした」〈Junge Welt: 1958.9.3〉

しかし、若者たちに受け入れられそうなDDR産のモードは量的に不足していたこともあり、DDR国民の平均月収が、およそ250～350マルクだった50年代に50～100マルクしたジーンズは垂涎の的だった。若者たちにとってはその価格から簡単に買える品物ではなく、彼らは親を説得したり、西側に住む親類から送ってもらったりしてジーンズを手に入れようとした。衣類の輸入には厳しい規程があったために、国境での検査で押収される危険も少なくなかつ

た。

1961年8月13日のベルリンの壁構築は、DDR市民の西側への逃亡を防ぐために計画されたのだが、SED幹部はこれによって、西側のジーンズを入手する可能性を完全に遮断できると考えていた。しかし、SEDが非難したジーンズはとっくに東をも征服し、若者たちの日常になくってはならないアイテムになっていた。

6. DDR のジーンズ

まだ若い国だった1950年代のDDRでは、ジーンズをきっかけにして三つの根本的な論争が起きた。

第一に、SEDのイデオログたちにとってこのリベットを打たれた青いズボン、不良グループ・乱暴者たちの確実な目印だった。

第二に、SEDの青年組織FDJの幹部たちは、彼らのモデルに従って若い社会主義者を育成するという要求と、衣服に対する欲求に強く結びついていた若者たちの現実との摩擦に悩まされることになった。

第三の重要な論争は、親子の間で起きた。戦争と戦後の年代を生きた親たちは、彼らの子供たちがアメリカのモードに従うのを見たくなかった。

ジーンズと革ジャンを身に着け、街角にたむろしてロックンロールを聴き、西側の映画館に足を運ぶ若者たちのグループは、1950年代には看過できない存在になっていた。彼らは集団を成して国家の統制やFDJによる教育からも逃れていたため、SEDやFDJの幹部たちにとっては油断のならない存在だった。「ロックンロール団 (Rck-n'-Roll-Bande)」, 「革ジャン団 (Lederjackemeute)」, 「リベットズボン団 (Nietenhosenbande)」などと呼ばれていた彼らは、アメリカの「低俗な文化」に流され、分別を失いやすいと見られていた。アメリカのモードに魅かれる者は、巧妙な帝国主義の方策の犠牲者と見なされた。

1950年に、DDR国民として最初に死刑に処された伝説的なヴェルナー・グラドウのグループが法廷に立った時、アメリカの大衆文化の影響は判決を左右する決定的な根拠になった。曰く、襲撃、強奪、殺人も犯したこの一味のメンバーは、アメリカのワイルドウエスト映画・ギャング映画に刺激を受けており、グラドウはシカゴのアル・カポネを理想としていた、のだった。このようなプロパガンダ的・反アメリカ的な傾向は、グラドウ一味の犯罪も社会主義の国にその根をもつものではない、という確信と緋い交ぜにされた。

若者たちの暴力行為は、闇市を通してDDRに入ってくるワイルドウエスト小説、犯罪小説に刺激されたものと主張された。例えば、1953年のJunge Generation誌には次のような記事がある。「このような三文小説ではアメリカのギャングが称えられている。粗野で、荒っぽい、冷血な、あらゆる悪行ができる悪党どもが前面に押し出されている。[...] こうしてドイツの青年たちは、アメリカ帝国主義が彼らを赴かせようとする所で、外国人部隊の兵士として、殺人者として戦えるように成熟させられることになる」〈Junge Generation: 1958.12.〉

ロックンロールやブルースと同様に、ジーンズもまた、ドイツ文化の基礎を掘り崩すような、アメリカ帝国主義の破壊的な輸出品として解釈された。大西洋を越えてくる製品や価値は、1950年代にはますます教条主義的に拒否されるようになった。例えば、1952年2月SEDの中央委員会の記録にも、アメリカは未開の地であり、アメリカ人は「ドイツ民族の国民意識を破壊する、文化を解さない野蛮人」〈vgl. Staritz: 73〉と記されている。アメリカの消費文化のメンタリティーや不品行に対する警告に、社会主義における「新しい人間」の理想が対置されている。

自国の若者たちのモードへのアメリカの影響を抑えるために、SEDのプロパガンダ装置は、ドイツ社会に根強く残っていて、国家社会主義がつねに呼び呼び覚まそうとしていたアメリカへのルサンチマンを利用しようとした。例え

ば、1958年11月12日のJunge Welt紙は、「声を張り上げるだけの歌手」であり「動物的な」エルヴィス・プレスリーやビル・ヘイリーの、過度に身体を強調するパフォーマンスに見られるようなアメリカ的な奔放さに対する不安を煽った。

ウルブリヒト書記長は、1958年にライプツィヒで行ったFDJの青年フォーラムにおける演説を「われわれはより清廉なドイツを欲する」と題してJunge Welt誌に寄稿している。そこでは彼は、「われわれは人類の歴史から、人間はとりわけ直立歩行することによって動物と区別されることを知っている。しかし、西ベルリンでは道を逆行している。西ベルリンのメディアは、このヘイリーが歌い、その隣にバンドがいる写真を載せている。このミュージシャンの一人は、仰向けに寝てベース弾いている。彼らはもはや普通の人間たちとは違って足で立ってはいないのだ。[...] そうだ、われわれの任務はドイツ文化をこのアメリカの生活スタイルから守ることにある」(Junge Welt: 1958.11.12.)

このような言説が真面目に発せられていることに注目しておきたい。

ロックンロールのコンサートでの逸脱行為は、社会主義の強硬路線論者たちにとって、アメリカの大衆文化が若者の心理に与える否定的な影響の証拠であった。逸脱行為の責任は誰にあるのか。「全てはアメリカおよびNATOの策略であり、核戦争大臣のシュトラウス⁽⁹⁾の心理的戦争遂行の一部である」(Junge Welt: 1958.10.12.)。しかし、東西ドイツの若者たちにとってジャズとロックンロール、ベチコートと脚にぴったりしたジーンズはすでに日常に属するものであり、政治とは関係がなかった。若い人々は単に踊ったり出会ったりする空間を探しているだけだった。

1961年8月13日のベルリンの壁構築は、DDR市民の西側への逃亡を防ぐために考えだされたものだったが、それは、ジーンズを西側から入手できなくなるという事態をももたらした。しかし、西側に親類をもつ人々はジーンズを

入れた小包を送ってもらうなどの手段を講じた。1965年12月、第11回 SED 中央委員会において、ウルブリヒト書記長は「イデオロギーの大掃除」を告知した。「DDR は西から来るいかなるゴミもコピーさせない」(Ulbrich: 94-95) と。それは当然、西から来るものはジーンズを含めてすべて良くないということの意味していた。ジーンズはアメリカの労働階級のズボンであるという論拠をもってしても反ジーンズの論調は衰えなかった。テレビやラジオからはビート音楽や西側の服装が影をひそめた。しかし、ダンスホールではますますジーンズ姿が増え、バンドはビートを響かせ、サブカルチャーが広まっていく。西ドイツの親類からジーンズを送ってもらうほか、DDR の大きな都市にあったインターショップでもジーンズが買えた。インターショップではジーンズを含む西側の魅力的な品物が並んでいた。ここでは自国の通貨は使えなかったが、DDR の国民でも西側の通貨さえもっていれば買い物ができる。西の親類からの郵便に西ドイツマルクが忍ばされされていることも稀ではなかった。

アメリカ由来のものに対する DDR 当局の態度は、禁止と容認との間で揺らいでいた。例えば、1960年代のヒッピー文化もやはり逆説的に解釈された。イデオログたちは、ヒッピー文化を単純に非難することはできなかった。ヒッピーは、アメリカの外交政策や資本主義を批判しただけでなく、社会主義の理念に共感を示してもいたからだ。しかし、彼らは「ルンペンプロレタリアート」であり、反ブルジョワ的主張はともかく、社会に寄生し、なんら建設的なものをもたないため、自国の青年たちの模範とはなりえない (Junge Generation: 9/1968)。ジーンズも禁止と容認の間で揺らぎながら、理念が事実押しやられるようにして国家的なプロジェクトとして生産が進められるようになっていった。

SED の公式見解と現実が乖離していく状況のなかで、1967年の第7回 SED 党大会において、ウルブリヒト書記長自ら、国民の好みと需要を無視せず、消費財の生産性を高めるように要求し、若者のモードに注力することには二つの

大きなメリットがあると表明した。西側に発するイデオロギー的に非難すべきモードの消費は、DDRの経済的損失をもたらしている。独自のモードを創出することによって、経済を活性化することができる。モードは、若者たちに取り入り、社会主義を理解させ、魅力的なものにするのにふさわしい手段である、と (<https://www.ddr-museum.de/de/blog/archive/der-jugend-neue-kleider-jumo-68-kess-und-farbenfroh>)。この1967年に創設されたJumo (若者モードのためのワーキンググループ) によりDDRの若者のためのモードが国家レベルで開発されることになった。

1968年、Jumoの店舗がまず9都市で開店した。販売されるコレクションのなかについて“ジーンズ”が入った。しかし、アメリカのそれへの連想をできるだけ避けるために「青いコッティーノズボン (Blaue Cottinohose)」として販売された。コッティーノは木綿と化学繊維の混紡であり、いわば似非ジーンズである。1968年5月10日のJunge Weltには一日店員をした記者の記事が乗っている。

「客に話しかけられずには一歩も歩くことができなかった。[...] 客は一波去るとすぐに次の一団が入ってきた。ズボンの品数は十二分にあったが、多くの客はジュニアコーナーに急ぎ、青いコッティーノズボンかコーデロイのズボンを買うことに決めた。この二つの品は私が店員をした日のヒット商品だった」。

“Made in GDR”のジーンズの注文殺到、西側のジーンズを入手できないでいた国民の繰延需要について、Jumoのメンバーで、ベルリンJumo店の開店に居合わせたハンス・ツァイトケは次のように回想している。

「カール＝マルクス＝アレーのJumo 1号店の開店の時、人々はガラスを押し破って入ってきた。私はその光景を忘れない。その後立ち入り禁止にし、警察が来た。初めて販売された“ジーンズ”を手に入れようと4列で500メートルくらいの長い列ができた。このジーンズもどきは、国の生産量が限られてい

て、需要にまったく対応できなかったため、すぐに売り切れになった」〈Menzel: 106〉

翌1969年にはJumoのワーキンググループからZHEB（中央通商・開発局）が作られ、ジーンズモードに関係する中小企業の連携をとるようになる。需要と供給を調整し、生産に一層の影響を与えるようになった。その他に、マーシャルプランに対抗するためにソ連主導で作られたRGW（相互経済協力評議会）により、リベットズボンを生産していたポーランド、ブルガリア、チェコスロバキアおよびハンガリーとの通商関係が結ばれた。1969年の内に、若者モードの供給実績は、65万マルクから6倍に上昇した。

ライプツィヒの通信販売会社の1968-69年秋冬のカタログには、“ジーンズ”が載り、Jumo店の恩恵を受けられなかった地方の若者たちにも青いリベットズボンが普及していく。1970年からは若い女性のためのリベットズボンも通販で購入できるようになった。この頃の通信販売カタログには、「メンズ・コッティノーズボン」「メンズ・リベットズボン」のほか、女性のためのモデル「キャンピング」が載る。謳い文句は「休暇や週末のための丈夫な素材でできた、ぴったりフィットするリベットズボン」〈Mezel: 106〉である。

若者たちは経験からいわゆる「コッティノー・クオリティ」を知っていた。つまり、国営企業によって作られた木綿と化学繊維の混紡は穿き心地がよくなかった。それでも彼らは本物のジーンズの代替品としてコッティノー・ジーンズを求めた。しかし、1975年に通信販売は休止された。多くの注文に対して供給が追いつかず、顧客の不満が高まっていた。通信販売が休止されたのに反して、Jumo店舗は増えていった。しかし、それは求められていたリベットズボンが手に入れやすくなったことを意味しなかった。計画経済が抱えていた問題はジーンズ生産にも当てはまっていた。需要は巨大であり、供給はそれに応じることができなかった。DDRはRGWの一員として、ソ連から、しばしば世界市場より高く設定された価格で木綿を購入しなければならなかっただけで

なく、購入量が制限され、そのため木綿の使用を切り詰めなければならない状態にあった。

上に述べたように、西側のジーンズも東側に入り込んでいたが数は限られていた。1970年代初頭のDDRの女性向け雑誌Für Dichや、ファッション雑誌Saison、青年向け雑誌Neues Lebenなどには、ジーンズモードを手作りするよう提案する記事が散見される。

ZIJの1973年の調査によれば、国内供給を増やす努力にもかかわらず、まだ若者たちの衣服の21%は西側からの贈り物であり、5%はインターショップで購入されたものだった。生産調整は現状に合わず、Jumoで販売される製品の半分は輸入に頼らざるを得なかった。解決策は、生産物別グループ企業(Erzeugnisgruppenbetrieb)で、ジーンズのような需要の多い製品を生産することに求められた。1974年にエルツ山地にある国营企業、VEB-レスニッツがDDRで初めてジーンズの生産に特化された。かくして、ジーンズ生産は国家的に促進されるプロジェクトに発展した(Menzel: 113)。

国内の期待も高まる一方であったが、供給は需要に遠く及ばなかった。1977年には375,000着のジーンズが生産されたが、それでも需要の半分であったと見積もられている(Menzel: 114)。興味深いのは、「熱望されていた流行の」ジーンズがFDJの模範的メンバーに当時優先的に供給されたことである(Bekleidung und Maschenware 6/1975)。

流行のモードのコレクションを提供するために、1975年、ZHEB内に青少年モードセンターが作られた。モードはDDRにおいて常に政治的な意味を付与されるものだった。青年の衣服の開発は「わが国の青年の倫理的な教育にするのもの」でなければならなかった。1976年にベルリンで開かれた第10回FDJ会議において、中央評議会議長のエゴン・クレンツは青少年モードセンターの責務について次のように語っている。

「高度に文化的で重要なテーマは、青少年にとってモード、その内容・フォ

ルム・材質である。われわれは、この領域における若い世代の欲求をもっと満たす努力を重要と考え、支援する」〈Junge Generation 7/1976〉

このような文脈において、FDJの優等生たちにジーンズが優先的に与えられたということは、非文化的なアメリカから来た反社会主義的アイテムであったジーンズの意味がこの頃に変化したことを示している。

「若者たちの日常や余暇の服装はもはやジーンズの上下服無しには考えられない」〈Neues Leben 5/1976〉

ソ連、ポーランド、ハンガリーからの輸入品で凌ぎながら、ジーンズの国内増産が進められた。DDRのモード研究所と青少年モードセンターは、固有のコレクションを開発した。ズボンだけでなく、スカート、コート、ワンピース、上下揃い、帽子、カバン、靴などをジーンズ素材で作った。もっとも、増大する需要を満たすには至らず、1977年の市場研究所の調査によれば、このようなジーンズモードを持っている青少年は約60パーセントに過ぎず、所有していない約40パーセントの青少年の内の70～80パーセントはジーンズモードを欲しいと考えていた〈Menzel: 117〉。

1977年に市場調査研究所が行った若者の衣服需要の分析には、ジーンズ素材の製品について補足報告が付されている。

「ジーンズ衣料はすでに10年以上特別な若者モードの表現になっている。[...] およそ2年前から続くモードのアクセントは、国際的にジーンズ衣料が余暇の領域を超え、現在は若者たちに日常の服として着用されることが多くなり、大人たちの間でもますますこれに関心が示されるようになってきているという傾向を示している」〈Menzel: 118〉

まずは若い世代の服として評価されていたジーンズは、この頃には対象購買層がはるかに広がっていることを市場調査研究所が認識していたことが分かる。

一方、アメリカ製のオリジナルジーンズへの関心も高まる一方だった。1977年の市場調査研究所が実施したアンケートによれば、若者たちの約20%は

DDR 製のジーンズを、本物のジーンズの「安っぽいコピー」と感じていた。インターショップでの買い物は、西側通貨の所有と同様、1974 年以来 DDR 市民にも許されるようになったが、西側の通貨を手に入れることができたのは、西ドイツに親類や親しい知人がいる人々だけだった。そのことによって社会的格差が生まれた。DDR の秘密警察・諜報機関を統括した Stasi（国家公安局）はこのことに関して次のように報告している。インターショップの販売網の拡大によって生まれる不満は、労働者やわが国に対する確固とした階級的見地を持っている勤労者の間でさらに高まっている。そのため西ドイツとの接触を持つとうとする動きが強まっており、そのことが品位に欠ける行為に通じている、と〈Staritz: 305〉。

消費材産業省（Ministerium für Leichtindustrie）もドイツモード研究所（Deutsches Modeinstitut）も 1977 年に、ますます DDR のジーンズ製品に西側の製品と同じ品質が求められるようになってきているが、木綿の不足から十分な量と質の供給がなされていない、と分析している〈Menzel: 121〉。SED 指導部も、国民の要求は高まる一方であり、ジーンズの代替品に過ぎなかったコットーノ・ジーンズは他に選択肢がない時にしか購入されていないことを認識しなければならなかった。木綿と化学繊維の混紡によって作られたコットーノ・ジーンズは一度はヒット商品になったが、わずか数年のうちに店晒しの商品になってしまった〈Menzel: 121〉。

1978 年 11 月 29 日、科学アカデミー（Akademie der Wissenschaften der DDR）の本館内において、職員に対して「オリジナル・アメリカ・リーバイス」の特別販売が行われた。自国生産が需要に追いつかなかったため、またインターショップでの西側のジーンズ購入に変わる入手手段を提供するため、消費材産業省が短期的に百万本のジーンズの輸入を提案し、エーリッヒ・ホーネッカー書記長がこの提案を認めたのだった。輸入されたジーンズはまずは、選ばれた大学、コンビナート、大企業で販売された〈Menzel: 159-160〉。自国製の

ジーンズがまずFDJのメンバーに提供されたように、輸入ジーンズがDDRの理念を広め体現すべき機関で販売されたことは、DDRにおけるジーンズの逆説を象徴的に示している。

7. 若き W の新たな悩み

1972年、ウルリヒ・プレントドルフの戯曲『若き W の新たな悩み (Die neuen Leiden des jungen W.)』が Sinn und Forum 誌に発表され、ハレで初演された。世代間の葛藤と、若い世代に少なからず広がっていた政治的な拒絶の態度という、それまで社会的ディスクリールにおいてタブー視されていた問題をテーマとした作品だった。この戯曲は、東西ドイツにおいて大きな反響を呼び、強烈な共感と反感を呼んだ。西ドイツの1973年の Spiegel 誌は次のように評している。

「DEFA のシナリオライターは、その戯曲と、DDR (Rostock Hinstorff-Verlag) と連邦共和国 (Suhrkamp) で同時に出版された一戯曲以前の—素材の小説版によって、たちまちドイツ民主共和国文学の先端にその名を書き加えられ、同時にまた文化政策上の論争を巻き起こした」〈Der Spiegel: 26.3.1973. S.166〉

タイトルは、主人公がたまたま手にすることになったゲーテの『若きヴェルターの悩み』(1744)と無関係ではない。構成や登場人物たちの関係性など、両作品には多くの類似点はあるが、ゲーテの作品が下敷きになっているか、あるいはパロディー化されてるかという議論にはここでは立ち入らない。若い主人公、17歳のエドガー・ヴィーボアのブルー・ジーンズに対する熱狂と、ゲーテのヴェルターの青い燕尾服が意味するものを考察しておきたい。

『若きヴェルターの悩み』において、ゲーテは彼の世代の生活感情を主題とし、主人公に青い燕尾服を着せている。いわゆる“ヴェルター熱”にかかった同時代の読者たちが、彼らのアイドルと自分を同一化する印として実際に真似

して着ることになる伝説的な衣装である。ゲーテは少なくとも作品中の2箇所で主人公の衣装に読者の目を導いている。

第2部の前半、友人ヴィルヘルム宛の9月6日の書簡でヴェルターは次のように書いている。

「初めてロッテと踊った時に着ていた青い粗末な燕尾服を脱ぎ捨てる決心をするのは難しかった。もっともこの頃は見すばらしくなっていたんだ。しかし前とまったく同じものを作らせた。襟も袖も。それに前と同じ黄色いベストとズボンも。

しかし全然前と同じような感じはしない。分からないが、まあ着ているうちにはこれも気に入ってくるだろうと思う」〈Goethe: 93〉

そして作品の最後、自分の部屋で自ら命を絶ったヴェルターは「青い燕尾服に黄色いベストを着て」〈Goethe: 146〉仰向けに倒れた姿で発見された。

「宿命的な市民的状況」〈Goethe: 73〉に悩み、破滅していくヴェルターは、ピロードと絹ではなく、つまり上等な服ではなく、粗末な布でできた燕尾服を着て、高慢な身分意識を持つ貴族と距離を置く。彼にとって青い燕尾服は、慎ましさの衣服による意思表示であり、貴族的な浪費癖の拒絶、階級の束縛からの解放の印だった。そうでなければ、もっと目立たない色合いの服を身につけたことだろう。しかし、ヴェルターの服は市民的ドレスコードを逸脱せず、男性の衣類としてモードの変転にも流されていない。ヴェルターは新しい燕尾服を作らせるが、同じものを作らせるのである。彼は市民の身分から、市民社会に対する告発をしている。

「たいていの人は、生きるために時間の大部分を費やしてしまう。そして、自由が少しでもあると不安になり、彼らはそれから逃れるためにあらゆる手段を講じようとする」〈Goethe: 10〉

市民的小家族の理想と婚姻制度のほか、ヴェルターは当時現れ始めていた市民階級の労働エートスに疑問を抱いている。彼の批判は、拡大しつつある経済

が分業を推し進め、そのことによって、彼のライバルであるアルベルトが働き疲れていることに向けられる。市民的視点から見れば怠け者である青い燕尾服を着たヴェルターが破滅したのは、ロッテに対する情熱のためだけではなく、市民社会の労働エートスのためでもあったと言える。このような市民的世界では、精神の自由を求める怠け者は挫折せざるを得ない。

プレントドルフの『若き W の新たな悩み』の主人公も青を身につけている。若き W、エドガー・ヴィーボーはブルー・ジーンズを愛し、ブルー・ジーンズ・ソングを捧げる。彼にとってジーンズは単なるズボンではなく「ひとつの態度 (Einstellung)」である (Plenzdorf: 27)。

「ジーンズのない生活なんて考えられるだろうか。ジーンズは世界でもっとも高貴なズボンなんだ。ジーンズのためなら Jumo で買った永遠に惨めに見える化繊のぼろ服全部を捨てられる。ジーンズのためならすべてを諦める。たぶん、あの一番素敵なこと以外は。そして音楽以外は」 (Plenzdorf: 26)

ゲーテのヴェルターにとってオシアンを読むこと、そしてロッテとのコントルダンスであったものが、プレントドルフのエドガー・ヴィーボーと彼の同時代人にとっては、60年代の流行歌の空気を破るロック音楽だった。海の向こうからやって来た新しいリズムは、親たち・教師たちの道徳的権威に反応する若者たち・学生たちを動かした。ジーンズは、すでに確認したように、第二次大戦後に GI とともにテキサスズボンとしてドイツに入ってきて、まずは“リベットズボン”として、上品な社会には相応しくないものとして受け取られ、のちに衣服の慣習を混乱させることになった。新しい W は「正真正銘のジーンズ愛用者」であり、「正真正銘のジーンズ」だけを身につけるのみならず、細身の身体のラインを重んじる。

「脂肪のつき過ぎたヒップをむりやりジーンズに突っ込んで、ウエストのあたりで締めつけている 25 歳のくるみ割り野郎を見るとげんなりとしてしまう。そんなジーンズはヒップ・ズボンとてもいう代物だ。十分に細くないとずり落

ちてしまう、摩擦抵抗によってかろうじて止まっているズボンさ。ジーンズを穿くには、もちろん肥満の腰は駄目、肥満の尻ももうそれだけで駄目、それではしっかりとしまらないからだ。25歳ともなればこんなことがちっとも分からないんだ。コミュニストのバッジを付けているくせに、家では女房をぶん殴るってところだ。ぼくが言っているのは、ジーンズはひとつの態度であって、ズボンではないということだ」〈Plenzdorf: 27〉

ヴィーボーの言い分の詳細については問わない。ここで重要なのは、彼にとってジーンズが「態度」だったということである。それは社会主義社会の労働エートスに対する嫌悪を示す「態度」でもあった。新しいWは、古典作品の管財人を挑発するだけでなく、社会主義社会的価値のヒエラルヒーに対する敬意を否定した。プレントドルフ批判の急先鋒だったフリードリヒ・カール・カウルはこの「反社会主義的作品」が「不良の一専門家なら“行動障害の”と言うだろう—若者をゲーテの小説の主人公と関係づけていることに吐き気を覚える」〈Sinn und Forum: 1973 / 1. Heft: 219〉と不快感を表している。しかし「このような行動障害の若者がわが国にいることはいるが、国家の精力的な対策のおかげで彼らはわが国の若者たちを代表してはいない」〈ebd.: 220〉という見解は代表的なものではなかった。演劇学者のエルンスト・シューマッハーによれば、むしろこの作品でわが国の現代の若者が、今日の若い世代の言語で表現されているという印象が支配的だった〈Menzel: 122〉。

ヴェルターと同様に、ヴィーボーも子供の頃から全人生が計画されていることに不満を抱いている。割り当てられた職場に姿を現さなければ、当然ながら、労働忌避として怠ける者の烙印を押される。怠ける者（Wer blau macht）は、市民社会の道徳にぶつかり（ヴェルター）、あるいは社会主義社会の道徳にぶつかり（ヴィーボー）、社会的生存権を失う。ヴェルターもヴィーボーも“階級の敵”の視点から社会を攻撃するのではなく、疎外されない労働において人格を自由に展開するという理想と、自分を取り巻く現実とを対置し、矛盾を示

そうとしている。

マーシャル・マクルーハンの言葉をもう一度引いておこう。「ジーンズはエスタブリッシュメントに対する抗議の表現である。このズボン、中産階級の諸価値を疑わしいものとする。ジーンズは、社会学的に言えば、中間層の諸価値からの離反と、技術の進歩がもたらす個人性の喪失に対する抗議である」〈Der Spiegel Nr.37, 1973: 174〉。資本主義においても社会主義においてもジーンズは「個人性の喪失に対する抗議」という記号性を帯びていたと言えるだろう。

1974年のJunge Welt誌は、西側の広告において、ジーンズがしばしば自由を連想させることに対して不快さを訴えている。「BRDの広告文によれば、例えば、この種の自由な人間たちは、単に楽でスポーティーなズボンだからジーンズを穿いているのでない。ジーンズは穿く者を優れて解放し、ズボン以上のモノだから穿くのだ」〈Junge Welt: 1974.2.1.〉。この「以上のモノ」という一本のジーンズの記号性がDDRでは転覆的なポテンシャルとして受け取られていたのだった。

DDRにおけるジーンズをめぐるディスクールは根本的には変わってはいなかったが、ジーンズの国内生産の開始以来明らかに複雑化した。もはや、ジーンズそのものではなく、ジーンズを身につける者の考え方や態度に関わる問題になった。国の教育方針を拒否する可能性のある国民に対する指導部の心配は解消されることなく、DDR存続の最後まで、社会的なディスクールのなかで禁止と容認の決定的な基準はなかった。ホーネッカーは、国内の満足と国際的な承認を得るため、消費欲求が満たされるように努めた。しかし、彼が得たのは、国民の感謝ではなく、彼の努力に対する嘲笑だった。若者たちが容赦なく「安っぽいコピー」と呼んだDDR製のジーンズは、本物のジーンズが数十年かけてDDRで獲得していた記号的地位を得ることはなかった。

DDRのモード研究所の調査によると、1970年代の終わりに、若者の大多数

は、ジーンズはほぼ全ての機会・場に相応しいと考えていた。かつてジーンズをめぐる葛藤の当事者である若者だった大人もジーンズを着用する機会が増え、JUMOの客の半数は「青春期をはるかに越え」ていた〈Menzel: 141〉。

1980年になるとジーンズはほぼすべての年代層によって日常生活のあらゆる場面で着用されるようになった。ジーンズを穿いて、仕事にも学校にも行くようになった。FDJのパレードですら、敵対する資本主義の国に起源をもつジーンズ姿で行進されるようになった。丈夫なデニムのズボンはこの間にいわば制服にまでなり、若者たちの間に一種の集団圧力を生むこともあった。

「ジーンズを着ていないと仲間に入れない」〈Junge Welt: 20.6.1980〉

「私たちのクラスではたいていの人がジーンズを穿いているから、私も穿いています」〈Junge Welt: 13.6.1980〉

「私たちの町メルゼブルクでは女の子がスカートやワンピースで来ると上から下までじろじろ見られることになります」(ebd.)

1980年にJunge Welt誌は「学校に穿いて行くのはジーンズだけ？」と読者に問い、ベルリンの第9学年（日本の中学3年）のあるクラスで服装の好みについて生徒たちにインタビューを行なった。このインタビューでは全生徒が、女性の教師も含めて、「ジーンズが一番」と答えている〈Junge Welt: 13.6.1980〉

ZIJの1979年の調査報告書では、服装と髪型に関するタブーが無くなったことを、ホーネッカーの個人的な努力の結果と解釈しようとしている。「髪の長さやズボンの細さは、政治的立場や社会参加に対する指標ではないということを明確にするために、党と書記長の権威が必要だった」〈Menzel: 143〉。

当然ながら事はそう単純ではないが、衣服の好みに関する対立、またそれに関連する世代間の長年にわたる葛藤に終止符を打とうとする努力が見て取れる。「若者の服や髪型を世界観や政治的立場の表現として解釈」することが今や時代遅れの考えであるとされたのだった。1979年の調査報告書で社会学者

たちは、衣服は大多数の若者たちによって完全に非政治的と評価されている、と記している〈Menzel: 143〉。

西側文化に左右されない社会主義的な服装文化を作り上げようとする主張は見られなくなった。西側の概念がモードを迂回路として DDR に忍び込んできたとも言えるだろう。80年代の文化政策は逆説的な傾向を示す。東西ドイツの関係はホーネッカー主導で強化され、若者たちの交流も促進された。一方で、ソ連のゴルバチョフ書記長が経済の効率化と同時に社会の民主化を目指して進めた改革プロジェクト「ペレストロイカ」を DDR は拒んだ。個人により多くの決定を委ねるという意味での改革を DDR 指導部は依然として拒否した。厳しい経済状況がそれを必要としていたとしても、資本主義=敵という硬直した観念を放棄する準備はできていなかった。

アメリカ製のオリジナルジーンズのみを良しとする傾向は 80年代になると以前ほど強調されることはなくなったが、党幹部や教師たちからはやはり批判的に観察され続けた。ただし、過激な言説は影を潜めて行く。指導層は沈黙することによって、DDR の終わりまでその作用を保ち続けた西側ジーンズの反抗的・転覆的記号性がフェイドアウトするよう期待していたように思われる。

1978年までには、国内生産されたジーンズが、Wisent, Boxer-Jeans, El Pico などのブランドとして販売され、それなりに受け入れられるようになっていた〈Menzel: 159ff〉。しかし、80年代半ばにはストーンウォッシュ加工が主流になると、新たな問題が発生した。設備不足から VEB では対応しきれず、オランダ、フランス、スイスなどに外注したが、1989年5月には消費材産業省は、自国製のジーンズをすべてストーンウォッシュにすることに決定した。そのためには西側から、加工装置を購入しなければならず、3,900万西ドイツマルクを必要とした (Menzel: 169)。しかし、その年の11月にはベルリンの壁が崩壊し、翌年にはドイツが再統一されることになり、最後までアメリカ製ジーンズに品質・魅力ともに追いつくことのなかった DDR 製のジーンズをめぐ

ぐる努力はいわば徒勞に終わることになる。

もはや自国製のジーンズを誰も買おうとしなくなり、社会主義ジーンズの時代は終わりを告げ、建国当初から40年以上続いたジーンズに関するイデオロギーの長い戦いもあっけなく終わりを迎えた。

ジーンズは平凡な日常と高度な政治の間で独自の役割を果たした。世界政治の力関係におけるDDRの特殊な立場と、自国民を国際的影響から隔絶させようとする試みが、ジーンズをいわば神話的アイテムにした。DDRではどんなものも、身につけるものさえ、非政治的ではあり得なかった。リベットを打ったズボン、党幹部の指導方針に対する民衆の拒絶を最もよく表すものであった。

ジーンズは多くの人々にとって、とりわけDDRで入手困難だった時代には、硬直したイデオログたちを挑発できる優れたアイテムだった。しかし、資本主義がより良い政治体制だとする証言はほとんど見当たらない。むしろ、個人の自由のための戦いがどの世代にも重要だったのであり、ジーンズを身につけることで、言葉を用いる以上にその主張を表現できたのである。

80年代の終わりに、DDR製のジーンズは西側の製品に品質上対抗できるところまで達したかに思われたが、そのイメージは、長年の社会主義イデオロギーとの戦いのなかで損なわれ、西側のそれとの象徴性の懸隔が埋められることはなかった。禁止政策が結実せず、本物のジーンズの高い象徴的意味を押さえ込もうとした党幹部の試みは失敗に終わった。二頭の馬がジーンズを裂こうとしているリーバイスのロゴマークがもつ力強いイメージに、常に品不足と生産上の問題を抱えていた国営企業のブランドは対抗できずに終わった。

ベルリンの壁崩壊後、西側のジーンズ大企業にとって大きな市場が開けた。イメージが損なわれることを恐れたためか、彼らは東側での販売を急激に拡大することはなかったが、再統一の混乱のなかで廉価なジーンズ製品が西側から東側に大量に流れ込んだ。かくして、かつての神話を誰もが手にすることがで

きるようになった時に、神話は手のなかで消えていったのだった。リベットを打たれた木綿のズボンは、誕生した当初のもの、つまり驚くほど丈夫な作業着にして余暇のズボンに回帰し、さらには日常のあらゆる場面で象徴性を消して闊歩するようになったのである。

8. カルト対象の記憶

結びにかえて、2004年11月4日の週刊新聞 Rheinische Merkur 紙に載った、フォルカー・トーマスの記事を紹介しておきたい。ドイツにおける表象としてのジーンズの記憶についての証言である。

世界市民の制服

「カウボーイズボン」はDDR指導部には資本主義のシンボルだったそれゆえにこそ求められた—カルト対象の記憶

はじめは帝国主義的階級の敵の禁じられた「カウボーイズボン」だった。次に、それは若者のバンドや「ごろつきたち」の服として拒否された。それはさらに青いコッティーノズボンとしてJumoに現れた。それをオリジナルに似せて作ろうとした結果、アメリカのメーカーがVEBを盗作のかどで告訴することになった。そして最後に、みんながそれを穿くようになった。DDRにおけるジーンズである。

「1957年に私は西ベルリンで一本のリベットズボンを買いました。それは黒で、裾にチェック柄の折り返しがありました。そのズボンを穿いた私はライブツイヒで最強でした。女の子たちが列をなしていた」。このジーンズ史を語るクラウス・レンフトは、教師たちとのごたごた、自分のバンドの出演禁止、ジーンズ着用者を破壊分子とみなして憤慨していた党员たち、こういったことを生々しく体験した世代だった。「私は、ダンスパーティーで壁に“離れて踊る

こと。リベットズボン禁止”という表示があったのを覚えています」。

1950年代、青い作業ズボンはドイツの西側でも不良の服であって、親世代には好まれていなかった。DDRでは若者たちの装い方はイデオロギー問題になっていた。ウルブリヒト（SED書記長）は1958年のFDJの青年フォーラムで次のように宣告した。「ドイツ文化をアメリカの生活様式に対して守ることがわれわれの課題である」。党の文書では大真面目にドイツモード研究所に対して、生地柄や刺繍のほか、ドイツ民族と結びついてきたモードの要素の形で民族的伝統の保護をより強く考慮するように要求された。

遅きに失した。西と同様に東でもロックンロール、ジーンズ、ペチコートとジャズは50年代の半ばから日常文化に属していた。1943年生まれの演出家、ミヒャエル・キラーはこう報告している。「16歳で私は友人と一緒に西ドイツに行きました。マンハイムで私たちは服を買うために一夏働きました。もちろんその中にはジーンズもありました。このズボンを穿くと身が軽く、ものすごく自由になったと感じました。ジーンズを身につけてジャズクラブに行きました」。西のジーンズをDDRに持ち込むことにまったく危険がなかったわけではない。他人のために何本か持っているとして、"闇商人"として逮捕される可能性もあった。要するに、党の見解では、西の商品（西ドイツマルクに対して為替レート5:1だった東ドイツマルクで250マルク）を獲得することで社会主義の構築に害を与えるのだった。しかし、若い人々が東西ドイツの国境線を通過する時に真新しいズボン身につけていたら、税関役人はどう対処したらよかったのか。

壁の構築により向こう側への道は閉ざされた。DDRの若者たちは厳しいドレスコードに晒された。学校ではジーンズ禁止だった。映画館やレストランにはネクタイとスーツを身につけていないと入れなかった。そして、クラブを主催し、余暇のイベント開催の独占権をもっていたFDJは、ジーンズ着用者や革ジャン着用者を中に入れなかった。

しかし、禁止にも関わらず、若いジーンズ着用者の姿は60年代初期の街の風景にあった。多くの若者たちが細身のズボンを身体に合わせて自分で仕立てていた。ジーンズの生地を持っていない者は家具のビロードやベッドカバーを使った。本物の製品の入手は西側の親類を介してのみ可能だった。国境当局の嫌がらせのひとつは、送られてきた繊維製品は消毒されていることを証明しなければならない、とすることだった。

FDJ内では、階級の敵のズボンがベトナム反戦運動のユニフォームになっていることをもはや否定できなくなった。1966年にベルリンで開催されたアメリカン・フォーク・ブルース・フェスティバルは別のアメリカを示してみせた。1953年生まれの写真家、ペーター・エールマンは、彼が公民の授業の教師を困らせた時のことを覚えている。「あるディスカッションで私は、ジーンズはアメリカの労働者のズボンである、と論証しました。それは実際効果がありました。もっともその後私はアメリカの労働運動の歴史についてレポートをしなければなりませんでしたが」。

映画『暑い夏 (Heißer Sommer)』(1968年)が一つの転換点を示した。その中でクリス・デルクやフランク・シェーベルのような人気流行歌手がジーンズを穿いて海岸でふざけ合うと、長く撲滅の対象とされていたズボンは無害な余暇のモードになった。良き、つまり政治的に正しいロックと悪いロックとの間で、良いモードと悪いモードとの間で、イデオロギー上のエッグダンスが始まった。前者は社会主義の製品であり、後者は資本主義の輸出品だった。

青いコッティーノズボン、つまり、ひどく色落ちする木綿と化繊の混紡のズボンは、Jumoで提供された最初のジーンズ類似品だった。コレクションは「ゾンイデー (Sonniee) —アイデア豊かに装う陽気な青年」とネーミングされ、実際そのように見えた。

パンコウおよびシリ⁽⁴⁰⁾のベース奏者、イエッキ・レズニェクは、当時本物のリバイスがどこにあったのか覚えている。「私は、ジーンズを買うため

によくハンガリーに行って、ガールフレンドと非合法でキャンプ場に寝泊まりし、トマトと白パンを食べて過ごしました」。プレントドルフの作品『若いWの新しい悩み』の中のエドガー・ヴィーボアの台詞、「ジーンズはズボンではなく、一つの態度なんだ」は、コッティノーズボンとは無縁の生命感を明確に述べた。

ヴィンフリート・グラッツエーダーは1973年に、ヒット映画『パオルとパオラの伝説 (Die Legend Paul und Paula)』で新しいタイプの男性を演じた。たくましい労働者像ではなく、ひょろっとして長髪、それにジーンズを穿いている。「ジーンズは私の世代にとって、年配者と自分を区別する可能性でした。同時に、ジーンズは、年々丈が短くなっていったミニスカートと同様にエロティックなアイテムでもありました。ジーンズにぎゅうぎゅう身体を押し込んで、身体を感じ取っていました。ジーンズは私たちの生命感に合致していたのです。小さなDDRのなかで一種の世界市民でした」。

1971年にホーネッカーが第一書記⁽¹⁾に就任するとSEDは、消費増大、賃金引き上げ、生活水準の向上に注力した。この新しい党首は党中央委員会で、社会主義の確固たる立場から出発する限り、文化にタブーはない、と述べた。遅くとも1973年、東ベルリンで開かれた第10回世界青年学生祭典で最終的に世界水準に達した、と党は考えた。

実際、1974年にはレスニッツのVEB衣料工場ですべてDDR初のジーンズ生産が始まった。最初のコレクションは、オーバーラオジッツの模範的なFDJ協作業員が受け取った。1977年には成年式用にジーンズ地のスーツが市場に出た。ジャケット、スカート、コート、カバン、帽子。これらのジーンズルックがDDRで今やあらゆる人の心を捉えることになった。大人をも。ジーンズは若者たちの服としてのオーラを失った。

1977年にDDRは600万為替マルク (=西ドイツマルク) をジーンズ生産の近代化のために投下した。オーバーラオジッツ、ギュストロウ、ツヴィッカオ、

テンペリンおよびロストックの衣料工場は、ごわごわの青い綿布の生産工場に転換された。それでも足りなかった。需要はあまりに速く増大した。1978年にはDDR指導部は突然「ホーネッカー個人は先立って署名していたのだが」100万本のリーバイスのジーンズを輸入することを決定した。その一部だけが市場に回り、大部分は、選ばれた大学やコンビナートで直接販売された。だが、輸入された西の製品と直接比較することで客の要求レベルは高められることになった。自国の製品は、生地が混紡が正しくなかったり、仕立てが今風でなかったりすれば、店晒しになった。

80年代には計画経済がモードのトレンドとの絶望的な戦いを始めた。ベルボトムやキャロットパンツやタックズボンが流行のモードだったのだろうか。社会主義の企業体には、コレクションを常にアップデートするための資金が足りなかった。ソ連から入ってくる原料は、しばしば期待された質に応じていなかった。機械は古くなり、新しい機械の購入資金はなかった。「スノー・ジーンズ」(ストーンウォッシュのジーンズ)が流行すると、計画委員会は、1990年まで新しい洗濯装置を買い入れることで生産を拡大しようとした。しかしその時、かつてのDDRの人々の関心はすでにほかに移っていたのだった。

注(1) 引用および参照元は、〈 〉内に文献表の文献の著者名とページ数で示す。

(2) 略称の正式名称は略語一覧に示す。

(3) 「ブリコロール bricoleur (器用人)とは、玄人とはちがって、ありあわせの道具材料を用いて自分の手でものを作る人のことをいう。ところで、神話的思考の本姓は、雑多な要素からなり、かつたくさんあるとはいってもやはり限度のある材料を用いて自分の考えを表現することである。何をする場合であっても、神話的思考はこの材料を使わなければならない。手もとにはほかには何もないのだから。したがって神話的思考とは、いわば一種の知的な器用仕事(ブリコラージュ)である」〈レヴィ=ストロース: 22〉

「器用人(ブリコロール)は多種多様の仕事をやることができる。しかしながらエンジニアとはちがって、仕事の一つ一つについてその計画に即して考案され購入された材料や器具がなければ手が下せぬというようなことはない。彼の使う資材の世界は閉じている。そして「もちあわせ」、すなわちそのときそのとき限られた道具と材料の集合で何とかするというのがゲームの規則である。しかももちあわせの道具や材料は雑多でまとまりがない。なぜなら、「もちあわせ」の内容構成は、目下の計画にも、またいかなる特定の計画にも無関係で、偶然の結果でできたものだからである」(ebd. 23)

- (4) „Denim“ は、1695年のOED (Oxford English Dictionary) に初めて収録され、„Jeans“ はそれよりも古く、1567年のOEDに見られる。
- (5) 「識者は、避暑地に古着を持って行くか、ウエスタンでリーバイスの作業ズボンを買うように進めている」Herald Tribune, 1935.4. 〈vgl. Friedmann: 41〉
- (6) この広告は、別の文脈においても興味深い。1930年代はまだ女性のズボン着用は一般的ではなかった。ヴォーグは全国で広く購読されており、裕福な女性たちが観光牧場で穿くジーンズのイメージは、女性のズボン着用が広がる要因にもなったのである。リーバス社は1938年に初の女性用のジーンズ (Lady Levi's) も発売した。ちなみに、1800年11月に施行された「パリジェンヌにズボンの着用を禁止する条例」が廃止されたのは2013年2月であり、ニュースとしても報じられた。無論、長く有名無実になっていた条例ではあったが、18世紀末の、サンキュロットのフランス革命後でさえ女性のズボン着用は長くタブーとされていたことを示す条例だった。
- (7) 黒人にとってジーンズはデモと直接結びついていた。「ジーンズは公民権運動の象徴だった。[…] 宗教の祝日に黒人たちはミサにジーンズを穿いていき、普通は新しい服を着てみせる復活祭に、とくに南部では、黒人は白人の商人たちの人種差別への抗議から、彼らのシックな服はタンスに入れておき、ジーンズを穿いて教会に行った」〈Friedmann: 64〉
- (8) 東ドイツでは、ジーンズがリベットズボン (Nietenhose) と呼ばれた。
- (9) Franz Josef Strauß: 西ドイツの政治家。1955年に原子力担当相、1956年に国防相に就任し、新設されたドイツ連邦軍の増強に当たる。
- (10) Pankow, Silly: いずれもバンド名
- (11) Erster Sekretär. 1976年からGeneralsekretär (書記長) に改称

主要参考文献

- Cray, Ed: Levi's, Boston 1978
- Detmer, Elke: Levi Strauss, San Francisco: Bluejeans als amerikanisches Symbol. In: Bausinger, Hermann / Jeggle, Utz / Korfff, Gottfried / Scharfe, Martin / Warneken, Bernd Jürgen. (Hg.): Jeans - Beiträge zu Mode und Jugendkultur, Tübingen 1985
- Friedmann, Daniel: Das Jeans-Buch, Berlin 1988
- Fries, Rudolf Fritz: Der Weg nach Oobliadooh, Frankfurt/M 1966
- Goethe, Johann Wolfgang von: Die Leiden des jungen Werthers, Reclam Universal-Bibliothek 67, Stuttgart 1976
- Könenkamp, Wolf-Dieter: Jeans - Mode und Mythen. In: Bausinger, Hermann / Jeggle, Utz / Korfff, Gottfried / Scharfe, Martin / Warneken, Bernd Jürgen. (Hg.): Jeans - Beiträge zu Mode und Jugendkultur, Tübingen 1985
- Kaminsky, Annette: Wohlstand, Schönheit, Glück. Kleine Konsumgeschichte der DDR, München 2001
- Kästner, Sabrina: Verbreitungsgeschichte der Jeans. In: Schmitdt Doris (Hg.): Jeans, Karriere eines Kleidungsstückes, Baltmannsweiler 2004
- Krüger, Horst: Fetisch der Freiheit. Blue Jeans: Geschichter einer klassenlosen Hose, Süddeutsche Zeitung 23/24.11.1974
- Lurie, Alison: The Language of Clothes. New York, 1981/27
- Menzel, Rebecca: Jeans in der DDR, Berlin 2004
- Osang, Alexander (1999) Beatmusik – Staatlich gepflegt: Levi's, Springsteen, Coca-Cola und die Herbstrevolution im Osten. In: Leander Haußmann (Hg) : Sonnenallee: Das Buch zum Farbfilm. Berlin 1999

- Plenzdorf, Ulrich: Die neuen Leiden des jungen W., Suhrkamp Taschenbuch 300, Frankfurt a.M. 1976
- Poiger, G.Uta: Jazz, Rock and Rebels. Cold War Politics and American Culture in a Divided Germany, Burkeley 1995
- Roland, Barthes (1985). Die Sprache der Mode (Système de la Mode). (Aus dem Französischen, von Brühmann, Horst), edition suhrkamp, Frankfurt a.M. 1985
- Schmidt Doris (Hg.): Jeans, Karriere eines Kleidungsstückes, Baltmannsweiler 2004
- Staritz, Dietrich: Geschichte der DDR, Frankfurt/M. 1996
- Ulbrich, Peter: Jeans nach Plan, Die Erfindung der Doppelkappnahtose. In: Polster, Bernd (Hg.): West-Wind, die Amerikanisierung Europas, Ostfildern 1995
- Weber-Kellermann, Ingeborg: Die Kindheit. Frankfurt a.M. 1979
- クレイ, エド (喜多迅鷹・喜多元子訳): リーバイス, 草思社 1981
- ターナー, ステイーヴ (室矢憲治訳): ジャック・ケルアック, 河出書房新社 1998
- バルト, ロラン (佐藤信夫訳): モードの体系, みすず書房 1972
- ホイジンガ, ヨハン (佐藤信夫訳): ホモ・ルーデンス, 中公文庫 3197
- ボードリヤール, ジャン (今村仁司・塚原史訳): 象徴交換と死, ちくま学芸文庫 1992
- ポリアコフ, レオ (合田正人訳): 反ユダヤ主義の歴史Ⅱ筑摩書房 2005
- レヴィ=ストロース, クロード (大橋保夫訳): 野生の思考, みすず書房 1976
- 出石尚三: ブルー・ジーンズの文化史, NTT 出版 2009

主要な参考雑誌・新聞

Bekleidung und Maschenware
 Berliner Zeitung
 Der Spiegel
 Für Dich
 Junge Generation
 Juneg Welt
 Leipziger Neueste Nachrichten
 Neues Leben
 Neues Detuschland
 National-Zeitung
 Saison
 Sinn und Forum

略語

AFN: American Forces Network-Berlin ベルリン米軍ネットワーク

BRD: Bundesrepublik Deutschland ドイツ連邦共和国 (旧西ドイツ・再統一後のドイツ)

DEFA: Deutsche Film AG デーファ (映画製作配給会社)

DDR: Deutsche Demokratische Republik ドイツ民主共和国 (旧東ドイツ)

GDR: German Democratic Republic ドイツ民主共和国 (旧東ドイツ)

FDJ: Freie Deutsche Jugend 自由ドイツ青年団

HO: Staatliche Handelsorganisation 国家商業機関およびその店舗

Jumo: Arbeitsgruppe für Jugendmode 青年モードのためのワーキンググループおよびその店舗

RGW: Rat für Gegenseitige Wirtschaftshilfe 相互経済協力評議会

RIAS: Rundfunk im amerikanischen Sektor-Berlin ベルリンアメリカ地区放送
SED: Sozialistische Einheitspartei Deutschland ドイツ社会主義統一党
Stasi: Ministerium für Staatssicherheit 国家保安省
VEB: Volkseigener Betrieb 旧東ドイツの国営企業
ZHEB: Zentrale Handels- und Entwicklungsbüro 中央通商・開発局
ZIJ: Zentralinstitut für Jugendforschung Leipzig ライプツィヒ青年中央研究所