

文明、幸せと新しい自分を求めて

家電広告と女性

日時：2018年 6月6日(水) 17:00～18:30

場所：神戸大学 国際文化学研究科学術交流ルーム(E410)

講師：Dr. Olga Khomenko

(キエフモヒラアカデミー国立大学 准教授、
東京外国語大学国際日本センター特任研究員、博報財団日本国際フェロー)

戦後初めて一般家庭で大衆的に使用されるようになった家電と呼ばれる家庭の電気製品。その当時の婦人雑誌家電広告で描かれる女性像はどのようなものだったか？アメリカ消費文化にその当時から影響を受けたのか？そして都会に住むサラリーマンの妻である専業主婦、母親、働いている女性の姿がどのように形成されたのか？家電広告における戦後から70年代前に時代とともに移り変わる女性の顔がどのように変わったか、その女性像はどのような意味を持ち、どのような役割を果たしていたのか考えていく。

本公演では、戦後日本社会史において、経済的発展と消費文化の関係、イデオロギー的な影響などを考えながら、広告で紹介された女性の社会規範、生き方などを検討するとともに、重い家事労働から解放できた女性は「新しくできた時間」を何に使ったか、そして家電そのものの昔と今の役割について考察する。

講師略歴

キエフ国立大学文学部卒業、東京大学総合文化研究所地域文化研究科博士号取得(2005)。ウクライナのキエフ・モヒラアカデミー国立大学人文学部歴史学科准教授。現在は博報財団・国際日本研究フェローシップにより東京外国語大学国際日本研究センター特任研究員として来日中。研究テーマは20世紀の消費文化、消費者行動、戦後日本社会の流行、社会、女性とメディア。そのかわり、日本でウクライナの文化・文学・歴史の紹介も行っている。2005年に「現代ウクライナ文学短編集」(共同翻訳)、2014年には「ウクライナから愛をこめて」(エッセイ集)を出版。