



# 文化学園リポジトリ

Academic Repository of BUNKA GAKUEN

服飾文化共同研究拠点／文化ファッション研究機構

Joint Research Center for Fashion and Clothing Culture / Bunka Fashion Research Institute

文化学園大学

*Bunka Gakuen University*

文化服装学院

*Bunka Fashion College*

文化ファッション大学院大学

*Bunka Fashion Graduate University*

文化外国語専門学校

*Bunka Institute of Language*

Title	I-D (アイ・ディー) London : T.J. Informat Design, 1980-
Author(s)	朝日, 真
Citation	文化女子大学図書館所蔵服飾関連雑誌解題・目録 (2005-09) pp.213-214
Issue Date	2005-09-30
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10457/1809">http://hdl.handle.net/10457/1809</a>
Rights	

## I - D (アイ・ディー)

London : T.J. Informat Design , 1980—

創刊は1980年8月。当時のイギリス雑誌業界には、ファッション誌としてはパリやミラノのコレクション情報を中心とした従来型の雑誌があり、音楽専門誌としては「メロディー・メーカー (Melody maker)」誌などがあった。本誌「I - D (表紙のロゴは“i - D”)」のコンセプトは、ファッションでは若手のデザイナーやスタイリストを取り上げ、同時に音楽やクラブカルチャーなどのストリートカルチャーをも視野に入れるという斬新なものだった。同じ1980年に創刊され2004年に休刊した「The Face」(London : Wagadon) とともに、80年代以降のロンドンのストリート文化を牽引することになる。

創刊者テリー・ジョーンズ (Terry Jones) は、現在までチーフエディターを務めている。彼は本誌創刊前にイタリアの「Donna」など、10年あまりの間ファッション誌にかかわっていた。とくに長かったのが「British Vogue (Vogue. English ed.)」で、1972年から77年までアートディレクターを務めている。しかしただ繰り返されるだけのファッションの動向を追うことに疲れを感じはじめ、「British Vogue」から離れて、新しいファッション誌のあり方を模索する。そんなときに興味を引かれたのが、ロンドンの音楽やクラブシーン、ストリートカルチャーだった。そして既存のファッション誌にはない、ファッションも含めたサブカルチャーを中心として、生きた若者の文化を紹介する斬新な雑誌の創刊を思いついた。「I - D」というタイトルは“identity”からで、アイデンティティ (自分自身であること、独自性) の確立を促すことを意味し、長く彼の中にアイディアとしてあったものらしい。

セレブリティ (著名人) たちがウインクした表紙は、5号から始まり現在では伝説にもなった本誌の代名詞である。起用されているセレブはその時代に最も影響力のある、または後に影響力を発揮するスターたちで、初期には1枚目のアルバムを発表してすぐのマドンナや、デビュー直後のシャーマーも起用されている。それらを手掛けたフォトグラファーたちも、後にファッション写真の世界で有名になっていく。フォトディレクターだったニック・ナイト (Nick Knight) は、ユルゲン・テラー (Juergen Teller)、デイヴィッド・シムス (David Sims)、クレイグ・マックディーン (Craig McDean)、コリンヌ・デイ (Corinne Day) などの若手写真家を、本誌に起用することにより世に送り出している。

1980年代初頭のロンドンでは、70年代半ばに爆発したパンクムーブメント後のポストパンクとして、テクノやノイズなどの音楽がDJカルチャーとともに、クラブを中心に広まりつつあった。ラスティ・イーガン (Rusty Egan) やスティーヴ・ストレンジ (Steve Strange) によってクラブ「Billy's」で「ダンスナイト」というイベントが仕掛けられ、その流れはコヴェントガーデンのクラブ「ブリッツ (Blitz)」へと移っていく。そこに集まってきた若者、通称「ブリッツ・キッズ」たちの多くはアンドロジニー (両性具有) を標榜し、モノトーン主体の近未来的なスタイルだった。未来を否定したパンクに比べ、ファッションと娯楽の世界に限られているとはいえ「未来を提案する」ものた

ちとの意味で「フューチャリスト」とも呼ばれていた。一方で、ヴィヴィアン・ウエストウッド (Vivian Westwood) が80年にブティック「World's end」からアパッチインディアンとフランス革命時のアングロワイヤブルのミックスイメージである「パイレーツルック」を発表。その影響から異国趣味、カラフル、派手、華麗さを求めるオリジナルファッションが競われはじめた。本誌創刊期のエディターであるペリー・ハインズ (Perry Haines) は、それらのスタイルで売り出したスパンダー・バレーやデュラン・デュランなどのバンドを「ニューロマンティクス」と命名し、ひとつのカテゴリーに当てはめた人物である。セント・マーティンズ\*でファッションジャーナリズムを学んだペリーは、初期の「I-D」誌上でアダム・アントをはじめクリス・サリヴァンやボーイ・ジョージなどのブリッツ・キッズを頻繁に取り上げている。ストリートやクラブの若者たちを誌面に掲載し、彼らのロッカーズ、ロカビリー、ヒッピー、パンク、サイコビリーやゴスなどのスタイルを紹介している。83年頃にはブリッツ・キッズたちのスタイルも、デッドテック的なボロファッションやサルベージ (廃品利用) ファッションへと移り変わる。こうしてポストパンク以降のクラブファッションは大きな変化を遂げることになる。

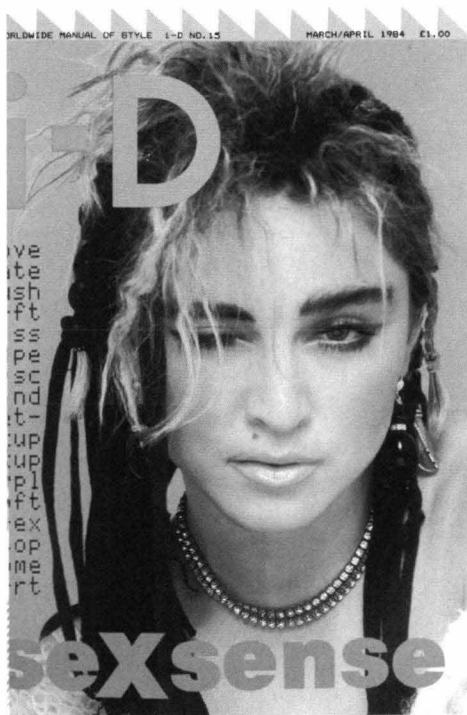
それら80年代、本誌の誌面を飾った奇抜なスタイルを創り出したのが、レイ・ペトリ (Ray Petri) を代表とするスタイリストたちだった。ペトリの男性表現はロンドンのクラブシーンに躍り出たゲイカルチャーと連動し、ミスマッチでアンバランスな感覚から絶妙なスタイルを形作った。本誌では、ペトリと同じくスタイリストのジュディ・ブレ임 (Judi Blaim) らと組んだグループレーベル

「Buffalo」としてのスタイリングを展開。本誌や「The face」誌で確立した彼らの独自のスタイリングは「Buffalo style」と呼ばれ、80年代を代表するメンズファッションスタイルのひとつとなっている。

1990年代を通して、かつてのサブカルチャーがメインカルチャーに押し上げられていくことに連動して、本誌はマイナーから次第にメインストリームの雑誌になっていく。1980年、創刊まもない「I-D」は100ページにも満たないボリュームで、その多くがモノクロページだった。しかし250号を超えた2004年時点では多くの広告ページが加わり、300ページを超えた大半をカラー誌面が占めるようになっている。また創刊以来チーフエディターを務め、後にはアートディレクターとの2役をこなし続けるテリー・ジョーンズの感性ははまだ衰えることを知らず、毎号新鮮な情報を発信しつづけている。

(朝日 真)

\* The London Institute Central Saint Martins College of Art and Design



15号 (1984年) マドンナをフューチャーした表紙