

写真以前のファッション・メディア——ファッションプレート、広告、アート

内村理奈——日本女子大学家政学部被服学科教授

①……………はじめに

高度に情報化した現代は、インターネットによる情報はもちろん、ユーチューブ、インスタグラムなど豊富なSNS、ソーシャルネットワーク、サウイスによって、世界のどこにいても、最新のファッション情報を得られるようになってきている。世界4大コレクションのひとつであるパリ・コレクションでさえ、瞬時にユーチューブにアップされるので、情報源であるコレクションそのものに、日本にいながらにして誰もがアクセスできるような時代になった。そしてコロナ禍の現在においては、限られた観客を入れるコレクションそのものと並行して、ユーチューブやSNSなどでのライブ発信をおこなうのが当たり前になりつつある状況も起きています。ファッション・エディターによって編集された紙媒体のファッション誌は、まるでファッション・メディアにおいて二次的な情報になってしまったかのようにも見える。とはいえ、生の素材を編集者が切り取ってくるその視点や、見せ方自体に、それぞれの雑誌メディアの個性や面白さは発揮されるのであり、そのことから素の情報を見るだけではわからないことや伝わらないことも、理解できたり、疑似体験できたりもするから、やはり紙媒体の雑誌の面白さに、今なお魅了されこだわり続ける人もいなくなっているわけではない。またインスタグラムのような一次元に落とし込まれ「映える」情報は、ある意味コレクションで発表さ

①……………ファッションプレートの源流——16世紀から17世紀

ファッション写真が登場する以前には、いわゆるファッションプレートが全盛の時代があった。ファッションプレートとは、19世紀を中心に、最新ファッションを彩色版画にすることによって、カラフルな視覚情報として配布させたものである。多くの場合、それらは、現代から比較するとかなり頻繁に発行されていたモード雑誌に、毎号2枚程度挟まれて、人々の目に触れるものとなっていた。現在では、本体のモード雑誌から離れて、単体で、パリの古本屋などでは売られることもあるし、出版当時においても、ファッションプレートだけを集めて合本にして売られることもあったようである。

われるようになる。つまり、このような異国の人びとの服飾文化に対して抗いがたい好奇心が生まれたと思われ、そのような興味関心から描き留めたのが、いわゆるファッションプレートのルーツといえることができる。このようにして、かなり多くの服飾版画集が作られたが、よく知られるものとしては、ヴェネチア絵画の巨匠ティツィアーノ（Tiziano Vecellio, 1488/1490-1576）の遠縁にあたるチェーザレ・ヴェネチエリオ（Cesare Vecellio, 1521-1601）の『世界各地の古代および現代の服装について』（*De gli habitii antichi, et moderni di diverse parti del mondo, Venetia, 1590*）がある（註1）。版によって枚数が異なるが、全部で500枚ほどの版画が納められており、諸外国のみならず、イタリア国内の地域ごとの服飾、または、身分によって異なる服飾なども、解説付きで描かれている。同様の服飾版画集はほかにも多く存在しているが、この時点においては、これらの版画は、最新モードを伝達する手段というよりは、様々な装いをして人びとをできるだけ多く取材して、できるだけ世界中からさまざまな種類の服装の標本を集成しているような趣となっていた。

それがさらに17世紀になると、各国の衣裳を集めるだけでなく、自国のさまざまな身分の人びとの姿、春夏秋冬によつて異なる姿、あるいは、当該国の王侯貴族の人びとのプロマイド的な服飾版画といったものが増加してくる。このような版画を専門的に描く版画家たちも多く現

れる三次元の作品を二面的にしか見せていないということもあるかもしれない。ファッションはあくまで人間が身につけて、それを纏う人が動くことによつて生まれる美しさや、その軽やかさや柔らかなさなども含めたうえで、成り立つものであるはずなのである。とはいえ、古のファッション・メディアもまた、紙媒体による二次元的な伝達方法であったこともまた事実である。いずれにしても、すべてがデジタルになりうるのか、それとも、アナログも残っていくのか、今はその分岐点であるのだろう。このように、ファッション・メディアの岐路を迎えている現代だと思いが、そもそもファッションにかかわる様々なメディアは、どのような歴史を経て発展してきたのか。その歴史を覗いてみると、もしかすると、岐路に立つ現代において、なんらかのヒントを与えてくれるアイデアが潜んでいるかもしれない。本論では、ファッション写真以前の時代の、ファッション・メディアがかなるものであったか、主にファッションプレートを中心にして、その特色について明らかにし、現代には見受けられないユニークな戦略なども縋いてみたいと思う。ただし、ここで取り上げる種々の過去のモード雑誌は全体からすれば一部にすぎず、主に筆者が専門とするフランスのものから選択しており、すべてを網羅しているわけではないことをあらかじめ断っておきたい。

ファッションプレートとは、今述べたような主に19世紀を中心とする最新モードを表現した版画であるが、そのルーツをたどると、服飾のデザイナーを伝えるメディアの誕生は、およそ16世紀にまで遡ることができる。16世紀といえは、西洋においては、スペインが覇権を掌握し、そのことによつてスペインモードがヨーロッパを席巻していたのはよく知られていることである。また、スペイン艦隊などによる海洋進出、さらに多くの冒険家たちによる地理上の発見などが相次ぎ、同時に西洋の人びとにとつて未知の世界に住まう人びとの衣生活も「発見」されることとなった。そこで、それら異国の地の人びとの服飾文化を版画にして記録するということが行

れたとせばフランスでは、アンリ（Henri Bonnat, 1642-1711）²、ニコラス（Nicolas Bonnat, 1646-1718）³、ロベール（Robert Bonnat, 1652-1729）⁴ 3人によるいわゆるボナール兄弟や、A・トルーヴアン（Anoine J.V. Trouvain, 1658-1708）⁵、サンジャン（Jean Dieu de Saint-Jean, 1655?-1695）⁶、トラ・アルヌール（Nicolas Arnoul, 1672-1722）⁷などがいる。しかしまた、最新モードを伝達し、この媒体自体がファッションを熱狂的に牽引していくというほどの力をもつてはいなかったように思う。とはいえ、上記の当時一流の版画家たちが描いたフランスの服飾版画の場合には、太陽王ルイ14世の君臨するヴェルサイユ宮殿の宮廷衣裳がいかなるものかを、諸外国に伝達する重要な役割を担っており、そのことによつてフランスの威信を示すことには大きく貢献したものであったと思われる。

以上のような16世紀から17世紀の服飾版画は、ある民族や国民の風俗を伝えるものであったり、身分階級によつての服飾の差異を伝えるものであったため、ファッションプレートというよりは、コスチュームプレートの名で呼ばれることがある。costumeという語は、フランス語のcoutume⁸がその語源であり、この語は、「習慣」や「慣習」「風習」などを表す語であるから、そもそも、民族や国民や社会的身分に固有の服飾を指し示す言葉であったからである。ゆえに、このようなコスチュームプレートをみれば、この時代に生きた人々の、それぞれの社会的属性に合わせた服装の、典型的な姿を把握することが可能であるのは間違いない。

著作権の関係により表示できません

図1: ボナール兄弟〈フランス王ルイ14世〉1694年 文化学園図書館所蔵

著作権の関係により表示できません

図2: 『Galerie des Modes et Costumes Français』〈フランス王妃マリー・アントワネット〉1778年 文化学園図書館所蔵

上記の通り、フランスでは17世紀からすでに、ヴェルサイユの華麗な宮廷文化を発信する手段として、版画が用いられていた。ポナール兄弟らの版画には、モデルになっている当時の王族や宮廷貴族たちの固有な名詞がわかる服飾版画が多数見受けられる。上で述べたように、一種の「プロマイド的な服飾版画である図1」。同時期には、作家ドノード・ヴィゼ(Jean Donneau de Visé、1634-1710)による『メルキユールギヤラン』『*Mercurie galant*』(1672-1714)のような宮廷総合情報誌も定期刊行されていたが、そこにも、全体からするとわずかながらも、モードに関する記事が掲載されていた。多くの場合、文字情報だけではあったものの、フランス宮廷におけるモードがいかなるものであったかを、衣服の種類から素材や色に至るまでかなり詳細に伝えていた。それゆえ、『メルキユールギヤラン』をモード誌の最初のものとする考え方もあるが、実際には、全体の3パーセント程度しか、モード関連記事はなかったらしい(註2)。そのほかの部分は政治や外交上のニュースであったり、宮廷で話題になっている文化や芸術(詩や芝居や音楽)や娯楽などの事柄や、宮廷内における重要な婚姻や訃報が取り上げられており、まさしく情報誌というのがふさわしい内容になっていた。しかし、いずれにしても、この時代のモードが、宮廷から発信されるものであったのは確かであり、ヴェルサイユの宮廷社会は、そのことを『メルキユールギヤラン』に掲載することによって、意識的に広めようとしていたのも確かである。

そもそも、フランス語でファッションを意味するモード(mode)という言葉の意味を繙くと、17世紀において、この語が宮廷社会と緊密に結ばれていたことが窺える。たとえば、1690年に出版されたフルチエールによるフランス語辞書で、モードの定義をみてみよう。当時のモードとは第一に、特に宮廷における慣習であったことが窺える。

モード(女性名詞)。慣習、生き方、物事のやり方。モードとは、時と場所に応じて変化する全てのもの。モードとは、特に宮廷の慣習にしたがった衣服の身につけ方(註3)

つまり、17世紀におけるモードとは、「宮廷の慣習、しきたり」であり、それに即した「衣服の身につけ方」を意味していた。「生き方」とさえ記されており、言い換えるならば、宮廷における「処世術」と捉えることも可能である。17世紀のモードとは、「流行」というよりはむしろ、当時の宮廷文化に適合した生き方であり、宮廷で求められていた作法にかなう衣服の身につけ方にほかならなかった(註4)。

17世紀のモードを牽引した宮廷貴族のなかで、特に洒落者として知られていたのは、オネットという刊行物であった。宮廷におけるモード(流行)を広く伝えるというミッションを担っていたことがよくわかるのは、1778年の創刊号である。創刊号では、当時のファッションリーダーでもあった、王妃マリー・アントワネットの姿とルイ16世の姿が、美しいファッションプレートとして描かれていた(図2)。図版を手掛けたのは、デレ(Claude Louis Desrais、1746-1816)、ルクレール(Pierre Thomas LeClerc、1740?-?)、ヴァントー(François Louis Joseph Watteau、1731-1798)、サン・トーマン(Augustin de Saint-Aubin、1736-1807)などの画家や版画家たちである。王室公認のファッションプレート集であり、そこに掲載されている図版の数は、フランス国王夫妻のお墨付きを得ているモードということになる。『ギャルリー・デ・モード・エ・コスチューム・フランセ』は、初めての手彩色のプレート集であったという点も、画期的であった。そして、明らかにこれが媒体となつて、18世紀の服飾文化は形成され、モードとして広まっていたと考えられる点も、画期的な点であろう。以降、多くのファッションプレートは彩色されたものになって、ビジュアル化が進んでいく。

『ギャルリー・デ・モード・エ・コスチューム・フランセ』は、当時大変流行していた貴婦人の装飾過多の巨大な髪型について、ありとあらゆるものを掲載し、これを主に伝えるものであったことも特筆すべき点である。非常に多岐にわたる巨大な髪型に、ひとつひとつ名前を付けているのも、興味深い。それらは、時には、この時代の世相を反映していることもある。もつとも有名なのはフランスがアメリカ独立戦争にかかわる中で、英仏海戦の勝利に貢献した「フリゲート艦ユフ風髪型」や「ラベルプール髪型」であろう(図3)。髪型に世相が反映されて、名前がつけられたというのは、18世紀モードにおけるユニークな点である。このこと背景には、17、18世紀の服飾文化



図3: 『Galerie des Modes et Costumes Français』(フリゲート艦ユフ風髪型)1778年 京都服飾文化財団所蔵

ムと呼ばれる紳士たちである。彼らのいわゆる「紳士道」を繙いた当時の著名な礼儀作法書に、『トラ・フレ』(Nicola Facci、1596-1656)の『オネットム、すなわち宮廷で気に入られる法』(1630年)というものがある。これを見ると、「常軌を逸したモードの創造者に対して」という節において、紳士たるものモードに関心を持たねばならないということが述べられており、大変興味深い。

何にもまして、モードに関心を持つべきである。私は宮廷の若者の中に見られる軽率さを言っているのではない。彼らは放蕩者になるために、大きなブーツに体の半分を沈めてみたり、わきの下からかかとまでオド・シヨースの中に潜り込ませてみたり、顔全体をイタリアのパラソルと同じくらい大きな帽子の中に埋めてみたりしている。そうではなくて、大貴族や紳士たちの間で充分に認められていることにより、権威を与えられて、ほかの全土の人にとってまるで法律のような役目をはたすモードのことを、私は言っているのである。何であれ、とりわけ衣服のようにどうでもいいものについて受け入れられている慣習を、やつきになつて反対しようとする者は気まぐれ者だと思ふ。紳士であるならば、このような気まぐれに陥らないように。自分が成功できるのではないかと思つて、新しい流儀を發明する変わり者にならうなどと思わないように(註5)。

フレが述べているモードとは、宮廷の重要人物である大貴族や、紳士として敬意を集めている人びとの間ですでに認められ、権威付けられている慣習としてのモードのことである。「法律のような役目をはたす」とさえ言われているように、ここで言うモードは、まさしく宮廷内において従ふべき規範であった。いっぽうで、気まぐれを起こして、新たなモードを生み出すのは、軽率な態度として否定されている。17世紀というヴェルサイユの宮廷文化が開いた時代のモードとは、宮廷規範そのものと言つていいほどの事象であったのである。ゆえに、当然のことながら、この時代のモードは宮廷から発信されるものとなつた。

このようにモードが宮廷から発信されるという一種のファッションシステムは、18世紀を迎えても、本質的には変化はなかったし、むしろ強化されていったと言つてよいだろう。そのことは、エスノーとラビイという版画屋が出版した『ギャルリー・デ・モード・エ・コスチューム・フランセ』『*Galerie des modes et costumes français*』という、雑誌というよりはむしろ、『ファッションプレート集』と呼んだほうがふさわしいと思われるモード冊子を見れば、よくわかる。不定期に刊行されたものであったが、ファッションプレートをだいたい6枚ずつを含む、3葉の紙で1冊の冊子にして

の特徴として、さまざまなファッションや服飾のひとつひとつに、おそらくは社交界の中でのみ通ずる遊び心あふれる名前を付けるのが好まれていたことも、関係していると思われる(註6)。

もう1点、18世紀の服飾文化を伝達した重要なファッションプレートは、ジャン・ミシェル・モロー(Jean Michel Moreau、1741-1814)(いわゆるモロー弟)による『衣裳の記念碑』『*Monument du costume physique & moral de la fin du dix-huitième siècle, ou Tableaux de la vie*』(図4)である。モローは、18世紀フランスの代表的な銅版画家で、王室御用達の素描家・挿絵画家であり、ロココ末期の美しい風俗版画を数多く残したという意味において重要な画家である。たとえば、ジャン・ジャック・ルソー(Jean-Jacques Rousseau、1712-1788)の『新エロイズム』(1761年)や『エミール』(1762年)など、当時の啓蒙思想家の話題作に挿絵を描いたことでも知られている。『衣裳の記念碑』ははじめから、このタイトルで刊行されたわけではなく、『18世紀フランス人の風俗と服飾史のための版画集』というタイトルで、初版は1774年、その後第2集が1776年に、さらに第3集が1783年に刊行された。その後、1789年に文学者小説家のレティフ・ド・ラ・ポルトンヌ(Retif de la Bretonne、1734-1806)が、全3巻から選り抜きの作品を集めて、『衣裳の記念碑』という書名をつけて刊行したのである。

その結果、この作品集は革命が勃発した1789年に出版されたという点においても、革命で瓦解させられていく貴族社会の最後の煌めきを記録している点でも、貴重な出版物として知られることになった。『衣裳の記念碑』は、ルイ王朝の最後の栄華を満喫していた貴族たちの生活の機微を、まるでフランス革命がおこることなど微塵も予測していないかのように、一種の浮世離れ

著作権の関係により表示できません

図4: モロー『衣裳の記念碑』(別れ)1789年 文化学園図書館所蔵

をした美しさを描き留めたものである。時系列を追うようにして、18世紀の大貴族の生活文化の細々とした情景が詳細に描かれている。したがって、そこに描き留められた図像は、衣裳だけの記念碑ではなく、宮廷における貴族社会、貴族文化、貴族の生活風景そのものが、小さな版画の世界のなかに凝縮され封じ込められたものになっているのである。そのように考えると、これは、もはや、多くのファッションプレートにおける、最新流行を伝達するという機能とは、異質な性質を孕んでいると考えることもできる。王党派からすれば、失われいく自分たちの生活を感傷的に眺めるものとなったであろうし、革命派からすれば、作品の存在自体、廃棄するに値する

③……………モード雑誌の乱立、そして全盛期——19世紀

19世紀になると、印刷技術の発達と革新により、「雑誌の時代」と称される時代を迎える。これが意味しているのは、広い意味では、大量の印刷物、とりわけ新聞や雑誌などが盛んに刊行されることにより、人びとの言論活動とジャーナリズムが活況を見せていた時代ということである。そして、そのような中で、モード雑誌も次から次へと誕生し、氾濫しているといつてよいほどの多くのタイトルが、生まれては消え、消えては生まれるという事態が生じていた。その数は、フランスにおいて、80タイトルから100タイトルとも言われており、19世紀のモード雑誌の全貌については不明の部分がまだまだ多く残されていると言つてよい。もちろん、中には、長く続いたモード雑誌もある。これらのモード雑誌は、多くは、月刊、場合によっては半月、つまり2週間ごとに刊行されたり(1日と15日刊行)、さらには週刊の場合もあった。大きさもさまざまであったが、週刊の場合は8ページから10ページ程度の、薄くて現代の新聞ほどの大きさのものになっていることもある。そのような意味では雑誌というよりは新聞と言つたほうが適切な場合もあるかもしれない。文字情報しかないものもあれば、詳細な版画が描かれていることもあった。そして、それらの冊子に、彩色のファッションプレートが2枚程度挟まれてもいるのが通常の形態であった。19世紀はまさしくファッションプレートの黄金期であると言つても過言ではない。ほぼ毎週のモード雑誌に挟まれている頻度と、情報量とその質の高さを考えると、当時の人びとの新しいモードへの関心の高さ、それらを増産していくモード産業の勢い、そして印刷業の隆盛を感じずにはいられない。

そのような19世紀のモード雑誌の中で、まず、取り上げるべきものとしては、1829年に誕生した「ラ・モード」*La mode* (1829-32)である(註7)。これは、当時のジャーナリズム界を牽引し「新聞王」とも呼ばれたエミール・ド・ジラルタン(Emile de Girardin, 1806-1863)によるもので、比較的長期間に渡って刊行され続け、多くの人に親しまれた雑誌であった。「新聞王」と呼ばれた人物がモード誌に携わっていること自体興味深い。「ラ・モード」は、当時の人気イラストレーターのように、19世紀のモード雑誌の中で、まず、取り上げるべきものとしては、1829年に誕生した「ラ・モード」*La mode* (1829-32)である(註7)。これは、当時のジャーナリズム界を牽引し「新聞王」とも呼ばれたエミール・ド・ジラルタン(Emile de Girardin, 1806-1863)によるもので、比較的長期間に渡って刊行され続け、多くの人に親しまれた雑誌であった。「新聞王」と呼ばれた人物がモード誌に携わっていること自体興味深い。「ラ・モード」は、当時の人気イラストレーターのように、この図に見られるような色鮮やかな、やや異国情緒も感じさせられるような布地のことを言っているのだろう。ガジュランは、高級生地店として知られ、シャルルフレリック・ウォルト(Charles Frederik Worth, 1825-1895)がパリで最初に勤めた店として知られる。誰が仕立てたものなのか、明記され、子供服のルーム店については、住所も明記されている。ファッション・プレートを見れば、服飾の詳細と、購入店の情報が合わせて得られるものになっていた。

「ラ・モード」とほぼ同時期に出版されていた「ル・フォレ」*Le follet*誌のファッションプレートも、ほぼ同様の形式になっている。一例をあげてみよう(図6)。ここには、「新作展示会の消息、サン・マルタン大通り61番地、ソーモン小路21番地のドラコケット店の帽子、ボンヌヌーヴェル通り10番地のサルマン夫人のアトリエによる毛織のモスリンのドレス、モンマルトル通り171番地のブックス店のコルセット」と記されている。おそらく、サン・マルタン大通り61番地において、服飾の新作展示会が行われ、そこに展示されて話題になった、帽子、ドレス、コルセットについて、それぞれ店舗と住所を記して示しているのだろう。

このように、ファッションプレートの図の下の部分に、服飾情報とそれらがどこで手に入られるのかという店舗情報を、美しいカリグラフィで記すということが、広告の第一歩であったと考えられる。

さらに、時代が進んで、「ラ・モード・イリュストレ」*La mode illustree* (1860-1937)は、モード雑誌のビジュアル化に大きく貢献したことで知られている。発行年が1860年から1937年までおよび、長期にわたって刊行され続けていたという点でも、当時の代表的なモード雑誌と

媒体とみなされたかもしれない。そして、服飾史家にとつては、華やかなロココの服飾文化を正確に伝えてくれるものとして、「衣裳の記念碑」は極めて貴重な史料となっているのは明らかである。いずれにしても、18世紀までのファッションプレートが、王権と強く結びついていたことは明らかである。そのことは、当然のことながら、モードという概念そのものが宮廷と分かち難く結びついていたことにも関係している。ここで取り上げたファッションプレート集や出版物は、当時のモードが宮廷から発信されるものであったことを証しており、フランスの宮廷モードを国内外に配信していく広報官のような役割を担っていたものとも考えられる。

だったガヴァルニ(Gavarni, 1804-1866)やランテ(Louis-Marie Lanté, 1789-)による彩色のファッションプレートが大変美しく、今でもコレクターの人気を集めている。そして、この雑誌が有名になったのは、19世紀を代表する作家バルザック(Honoré de Balzac, 1799-1850)やウジェーヌ・シユエ(Eugène Sue, 1804-1875)、ジョルジュ・サンド(George Sand, 1804-1876)などが寄稿していたことも大きな理由のひとつであった。つまり文壇と言論界と、モードが一体となった雑誌であり、知的かつ文化的なメディアであったといえるだろう。19世紀は文学とモードが近接し交錯した時代でもあり、そのことも窺い知れるのである(註8)。

また本誌は、その後のモード雑誌にも影響を与えたであろう、新たな試みをおこなっている。それは、ファッションプレートに描かれている服飾について、それらがどこで入手できるものなのか、商店名の実名をあげたり、商店の住所をも記載しているという点である(註9)。「広告」が近代社会の産物であることを考えると、この概念が発展途上であった時代において、プレートに記された店名やアドレスは、消費者である多くの女性たちにとって、のどから手が出るほど欲しかった情報ではなかっただろうか。それ以前の時代においても、描かれている服飾そのものの情報は記されることがあったが(服飾のひとつひとつの名前や、色や素材など)、それらの服飾品が、どこでブティックで購入することができるかを示すようになったのは、「ラ・モード」誌に始まるのである。具体的に、「ラ・モード」誌にどのように記されているのか、見てみよう。それらを見ると、広告の先駆けが、どのようなものであったのかが、理解できる。

図5は、1833年6月1日号の「ラ・モード」誌にみられたファッションプレートであるが、衣裳図の下に、美しいカリグラフィによって、描かれた衣服の情報が記されている(図5)。そこには、「ブロードレースのボネー・イン・シユ、ガジュラン店のフラルによる室内着、コシャン氏の仕立て、ルーム店のフラルとモスリンによる子供服、パサー・ジュショワズール51番地」と記してある。フラルは、スカーフなどを意味する言葉であるが、同時に絹などの薄手の染模様のある布地のことも

いえよう。発行部数は10万部にものぼったという。読者層は中上流階級向けと考えられる。上記の通り現代の新聞と同じくらいのサイズの37センチ×26センチの大型版で、ページ数は8ページから10ページほどであったが、ちょうどまさしく新聞くらいの大きさと文量と紙質で、しかも、毎週日曜日に刊行される週刊誌であった。内容的には、「婦人総合誌」といった趣が強く、料理、礼儀作法、裁縫、衣服のパターン、連載小説など、女性の生活を彩るさまざまな事柄や、女性の関心を引くような記事が多数掲載されている。どの紙面にも、大きくかつ詳細な、よくわかるリアルな図版が掲載され、それらの版画は、「モード画家三姉妹」つまりエロイーズ・ルワール(Heloïse Leloir, 1820-1874)、アナイス・トゥードゥーズ(Anais Toudouze, 1822-1899)、ロール・ノエル(Laure Noël, 1827-1878)らの女性イラストレーターによるものであった。「ラ・モード・イリュストレ」のタイトルの副題には、「家族の雑誌」と記されているが、実際に対象としているのは、母と娘と子どもたちであつて、そこに大人の男性は含まれていない。19世紀になってから、モードに明らかにジェンダーが介在してきたことを感じさせる雑誌でもあり、そのような観点からも、興味深い雑誌である。また、同誌には、ファッションプレートだけでなく、毎号のように編者のエムリスレイモンによるモード論が展開されたり、雑誌で紹介している衣服の型紙も挟まれることもあった。フランス語ではpatronと呼ぶこれらの型紙をもとに、雑誌の購入者は、流行の衣服を自分で制作可能であり、そうでなくとも雑誌に掲載されている衣服を仕立屋などに頼んで作ることもできたと考えられる。同時期のほかのモード雑誌の中には、雑誌の出版元自体がアトリエをもち、雑誌とタイアップして婦人服の製造販売を行うことさえあった(註10)。「ラ・モー

著作権の関係により表示できません

図5: [La mode] 1833年6月1日号
日本女子大学服飾美学研究所蔵

著作権の関係により表示できません

図6: [Le follet] 1838年
日本女子大学服飾美学研究所蔵

『ド・イリュストレ』には、さらに、女性のたしなみのひとつでもあった手芸、つまり刺繍やレース編みなどの図案もしばしば掲載されており、女性たちが、これらを参考に手芸や家庭裁縫をおこなっていたことは十分に想像できる。このように、『ラ・モード・イリュスト』誌に掲載されていた、当時の女性にとつて役に立つであろう様々な情報は、いわば、19世紀に求められていた女子教育的な要請にこたえうる内容でもあったともいえるだろう。そのことは、実質、当時出版数を飛躍的に伸ばしていた、女性向けの礼儀作法書の内容と、これらのモード雑誌の内容が似通っていることから、容易に推察できることなのである註17)。たとえば、冠婚葬祭にまつわる淑女なら誰もが知っておくべきマナーなどが、ほぼ礼儀作法書と同じような内容と文面で、逐一モード雑誌にも掲載されていることから明らかであると言つてよい。

さて、そのような、19世紀の後半に人気を博した、『ラ・モード・イリュストレ』では、19世紀の前半にみられた挿覧期の広告が、さらに発展していく次の段階を見ることができるといえる。たとえば、図7は1878年6月16日号の表紙であるが、大きな図の下に、小さな文字ではあるものの、「5歳から7歳の少女のドレス、薄手の絹による装い、ラッドリー夫人のモデル、リシエル通り43番地(型紙上に説明有り)」と記されている図7。また図8は、同じ号の紙面の一部であるが、そこに描かれている図の下にも「12歳から13歳の少女のバルト、チュールのスカーフ、トルシエール嬢のモデル、ヴェーゴロビエール通り17番地」と記されている(図8)。つまり、『ラ・モード』や『ル・フォレ』においては、雑誌に挟まれているファッションプレートにつけられた店舗情報であったが、『ラ・モード・イリュストレ』では、雑誌の誌面の中にある図中にも店舗情報が記されるようになっていた。そして、『ラ・モード・イリュストレ』は多くの場合、型紙が付録としてついていたので、右記のように、そこにさらに詳しい情報も記されていることもあった。

4……………ファッションプレートと絵画——19世紀後半

視点を少し変えて、ファッションプレートと同時期のアートとの関係についても、触れておきたいと思う。『ラ・モード・イリュストレ』に代表されるようなファッションプレートの全盛期は、ちょうど印象派と呼ばれる画家たちのグループが活動した時代と重なっている。印象派の絵画は、周知のとおり、戸外での情景をまっすぐに目に移った印象に基づいて、たとえば、モネなどのように、光や水の動きや一日の時間ごとに移りゆく情景の色の変化などを描いたものとして知られている。しかし、実際はそのような絵画だけではなく、印象派の画家たちは『現代生活』をも重要なテーマにして、絵を描いていた。このことには、19世紀フランスの詩人であり美術批評家であったボードレール(Charles Pierre Baudelaire, 1821-1867)の影響が色濃くみられる。つまり、ボードレールは、1863年の作品『現代生活の画家』のなかで、それまでの絵画に見られがちな

著作権の関係により表示できません

7

著作権の関係により表示できません

8

著作権の関係により表示できません

9

図7: 『La mode illustrée』1878年6月16日号表紙 日本女子大学服飾美学研究室所蔵

図8: 『La mode illustrée』1878年6月16日号 日本女子大学服飾美学研究室所蔵

図9: ルーヴル百貨店の(子ども用の下着類)『La mode illustrée』 日本女子大学服飾美学研究室所蔵

『ラ・モード・イリュストレ』には、同じような方法で、さまざまに店舗情報を小さな扱いではあるものの、記していくようになる。そして、この時期にはすでに百貨店も誕生していたので、大々的な百貨店の広告も掲載していくようになっていく。図9は「子ども用の下着類」をまとめて宣伝しているもので、これは当時人気のあったルーヴル百貨店のものであった(図9)。誌面の一番上のところに「子ども用の下着類、ルーヴル百貨店のモデル(型紙上に説明有り)」と記されている。百貨店で売られている衣服でさえ、『ラ・モード・イリュストレ』には、その型紙が付録になっているというのがおもしろい。つまり、家庭裁縫によつて家族の衣服を作ることが、一般市民である普通の主婦たちにとつては当たり前な時代であったことによる出版側の配慮なのだろう。ルーヴル百貨店の広告は、『ラ・モード・イリュストレ』にはしばしば掲載されており、子ども用の下着類のような小さなものだけではなく、婦人用のバルト外套などは、季節に応じて広告が掲載されていた。時には誌面の見開きいっぱいに展開されることもあった。もちろん、百貨店だけでなく、当時の新しく普及しはじめたコンフェクション(既製服)を扱う小規模店舗についても、たとえば、ラッドリー夫人のプティックなどは、頻出したものである。人気美容師のクロワザのプティックも、委細漏らさず記載されている。それらの情報を集めるだけでも、当時のパリにおいての服飾産業の詳細がつつさにわかるに違いない。

19世紀のモード雑誌の乱立は、先に述べたように印刷業の発展の成果でもあるのだが、モード雑誌にみられる様々な工夫や仕掛けと、ファッションプレートの完成度の高さを考えると、やはりそこには、モード産業そのものの非常に大きなうねりを伴った勢いが背景に存在していることを見逃すことはできない。ファッションプレートの全盛期は、モード産業のあらゆるシステムの構築が懸命に模索されつつ、発展していた時期と重なっているといつてよい。

だつた過去の時代を描くということ、つまり聖書や古代の神話や歴史などに取材して絵を描くのではなく、「現在の風俗の絵画にこそ、今日もつばら意を注ぎたいと思ふのだ」と述べ註12)、具体的には、画家コンスタンタン・ギース(Consentin Guis, 1807-1893)の絵画を念頭に置きながら、ギースが同時代の風俗として当時の流行の服飾や女性の姿を描いていることを称賛していた。つまり、「現代性 moderne」を表現するために、その手段として、同時代のモード(服飾の流行)を描くのが重要だと述べたのである(註13)。ボードレールはギースの言葉として、芸術家の目指すべきところは「流行が歴史的なものの裡に含み得る詩的なものを流行の中から取り出す」と、一時的なものから永遠なものを抽出することであると指摘する(註14)。さらに、同時代のモードを描く必要性の根拠として、ボードレールは次のようにも続けている。

昔の画家一人一人にとつて、一個ずつの現代性があったのだ。前の諸時代からわれわれに残された美しい肖像画の大部分は、その当時の衣裳をつけている。これらの肖像画が完璧に調和のとれたものであるのは、衣裳、髪かたち、さらには身振りや眼差しや微笑までもがその時代にも、それぞれ独特の身のこなし、眼差し、微笑というものがある、完全な生命観をたたえた一個の総体を形づくっているからだ。(註15)

このように、ボードレールは、モードそのものを強く肯定し、ファッションプレートという媒体自体も賛美した。そのボードレールと日頃から交流があった印象派の画家たちが、少なからぬ影響を受けたのは当然のことである。印象派の画家たちの描いた絵画と当時のモードが深く関係しているのは、今ではよく知られることとなった註16)。

また印象派の最初の展覧会が行われた1874年には、詩人のマラルメ(Stéphane Mallarmé, 1842-1898)が『最新流行』La dernière mode」というモード雑誌を編集し刊行していた(註17)。8号までしか刊行されなかったが、画家と親交の深い詩人マラルメが、モード雑誌を刊行していたことは興味深い。このように、ボードレールやマラルメなどの詩人と画家たちとの交流、そして、彼らがおしなべて当時のモードに関心をもっていたという事実は、19世紀におけるモードと文学と絵画が、非常に近接した関係にあり、相互に連関していることを明かしていることになる註18)。

つづいて、同時期の小説家ゾラ(Émile Zola, 1840-1902)は「印象派の画家たちの絵は、陳腐なファッションプレートとは異なる」とも述べていた註19)。絵画とファッションプレートを比較して、ファッションプレートを見下げる視線がそこにはある。ゾラは、量産されどこにもあるありふれたファッションプレートから、印象派の絵画を引き離そうとしたかったのかもしれないが、この言葉は、ゾラの意に反して、画家たちの描くものが当時のモード(とりわけファッションプレートそのもの)に極めて近接していたことを証していると言えるだろう。

つまり、ファッションプレートと、印象派の絵画は、実際近似していたのである。たとえば、具体的な例としてよくあげられるのは、クロード・モネ(Claude Monet, 1840-1926)の〈庭の女性たち〉(1866-1867年)である註20)。まず、庭で楽しく過ごしている女性たちという主題そのものが、ファッションプレートのな題材であった。たとえば、図10は典型的なファッションプレートの一例であるが、これも戸外の庭で、女性ふたりがポーズを取っている図10。同様に、モネの作品においても、女性が左を向いたり右を向いたり、立ったり座ったりしているが、このようなモデルの動きもファッションプレートに非常に似通っていると指摘されている。ファッションプレートは、流行の衣服をいかに魅力的に描くかが目的なので、ドレスをもっとも美しく見せる角度から描いた。その結果、モデルは様々な方向、あらゆる方向を向くことになる。モネの〈庭の女性たち〉においても、同じ意図が認められ、本作以外の作品、あるいはほかの画家においても、ファッションプレ

トに近似した作品も見受けられる。とりわけ、セザンヌ(Paul Cézanne, 1839-1906)の絵画には、明らかにファッションプレートを実似た、もしくはファッションプレートに完全に取材しているものが存在している。それは、「散歩道(1871年頃)」と(会話、あるいはふたりの姉妹)(1870-1871年)である。これは『モード・イリュストラ』に掲載された同時期のファッションプレートと、構図はもちろん女性のポーズから衣服に至るまで、驚くほど同じものが描かれている註20。ただし、セザンヌの筆致はファッションプレートのそれよりいくらか粗いものになっており、もしかすると衣服そのものの関心は薄かったのかもしれない。とはいえ、このようなファッションナル

5……………ファッションプレートの最後の煌めき——20世紀初頭

写真が誕生したのは、1827年、フランス人発明家のニエプス(Nicéphore Niépce, 1765-1833)によると言われている。しかし、モード雑誌にファッション写真が掲載されるようになるのは、そこからかなり時代が進んで、1901年刊行の『フェミナ』(femina, 1901-1914)まで待たねばならない註28、図11。『フェミナ』に掲載されたファッション写真のモデルたちは、多くの場合、女優達であった。

このように、ファッション写真の萌芽は、20世紀になってすぐにもみられたにもかかわらず、ここで一気にモード雑誌が全面的に写真化していくことにはならなかった。20世紀初頭、今一度、ファッションプレートは息を吹き返し、具体的にはアルテコ期と呼ばれる時期に、最後の煌めきを見せることになった。

アルテコはグラフィックの分野に大きな影響を及ぼしたが、モード雑誌も今まで以上に美しい誌面が作られるようになっていた。カリグラフィの美しさはもちろんのこと、鮮やかな発色のポシヨールによる芸術的なファッションイラストやファッションプレートが添えられて、モード雑誌の美しさは頂点に達したといってもよいだろう。そして、アルテコ期のモード雑誌には、広告も雑誌本体の美しさに負けることなく、テイストが似通い、雑誌の世界観に溶け込むような広告が見られるようになる。雑誌と広告のコラボレーションといった趣を呈していた。

そのようなこの時期の数ある美しい雑誌の中から、ここでは、『アルグーポータ』(Art Gout Beauté (1921-1933, 1921年以前は、『アルグーポイント』というタイトルで刊行を取り上げよう。雑誌のタイトルは「芸術趣味美」という意味であり、1冊1冊が、まさしく芸術的な仕上がりのハイセンスな雑誌である。特に市松模様で縁取られているその表紙デザインは、日本の雑誌も模倣したほどであった。つまり大正13年(1924年)から昭和3年(1928年)まで刊行された『婦人グラフ』である。表紙ばかりか誌面も、本家『アルグーポータ』からそっくりもらってきているようなページさえ見受けられる。海を越えて影響力をもった雑誌であった。

著作権の関係により表示できません

10

著作権の関係により表示できません

また、19世紀のモード雑誌にも同様のことがみられたが、『アルグーポータ』は、雑誌を刊行しているだけではなく、衣服の仕立てや販売そのものにも、関与していた。というのは、雑誌の名前を冠した高級生地屋「レティシユ A.G.B」も経営しており、パリの中心地、最高級ブティックが集まるラ・ペ・通り2番地に店舗を構えていたのである(図14)。そして、この生地屋の高級生地を使ったドレスを、当時の人気デザイナーたちが制作しており、そのドレスが本誌で紹介されるといふ工夫がみられた。たとえば、「ドウルコルのふたつの作品。サムライ。A.G.Bの黒いクレープサテン」「ミルブルー」を使ったスリーブース。金糸の刺繍のある黒いラシャの小さなマント。毛皮付き」というような記述が見られる。ここに記されているのは、人気デザイナー、ドウルコルの作品で、ジャポニスムの影響があるのか、「サムライ」という名のドレスである。A.G.Bは当然「アルグーポータ」の略称で、ここでは、高級生地屋のA.G.Bを指している。クレープサテンの「ミルブルー」というものは割とよく誌面に掲載されている布地であり、それを使っただ豪華な装いになっている。抜かりなく、生地屋の商品を合わせて宣伝していることになる。

6……………終わりに

16世紀の異文化への関心から生まれたコスチュームを描いた版画にはじまり、17、18世紀の宮廷から発信されたモードとファッションプレート、そして、19世紀には出版業界の発展とファッション業界の発展とが両輪になって、ファッションプレートの全盛期をつくりだし、20世紀には、アートの域に達したモード雑誌が存在している。19世紀以降の雑誌のなかには、今は失われてしまった、ユニークなモード産業との協働もみられる。また、アルテコ期のポシヨールによる美麗な雑誌が、芸術的な作品として昇華していったことは、その後のファッション写真がアート

な女性たちの姿を描くことこそが「現代性」の表現のために求められていると考えていたのではないか。

以上のように、印象派の画家たちにとって、モードは身近なものであり、ファッションプレートを時には参照することもあり、「現代性」を描く手段として彼らがモードを描いていたのは明らか事実である。つまり、19世紀にはモードとアートが明らかに近接・交錯しており、創作活動上の双方向的な関係性があつたという事実を見落とすわけにはいかない。したがって、ファッションプレートは複製芸術であるといえひとつのアートであり、モードは文化そのものであつた註22。

厳密に言えば、これまでの雑誌のように独立した版面の形式をとったファッションプレートは、本誌にはみられない。むしろ、ファッションプレートの的なイラストが、雑誌全体のなかに散りばめられていて、それが美しい誌面を形成している。たとえば、図12のように、彩色のイラスト(初期はポシヨールの技法を用いているといわれている)が誌面を彩り、図の下には、いわゆるファッションプレートと同様の説明書きが見られるのである(図12)。図12の場合は、「白鳥の花」という名のスエードクロスとサージのマントドレス、袖の内側とマントの裾部分は、どちらも生地はサージで、刺繍で飾られている。とてもシンプルなドレスだが、魅力的な独創性があふれており、マリンラルのサージで、光沢のある赤いリボンで装飾されている。(ポワレ作)という説明書きになっている。ポール・ポワレ(Paul Poiret, 1879-1948)の2作品が、扱われている生地の詳細を含めて解説されている。ポワレの店舗情報はないが、『アルグーポータ』では、裏表紙のあたりに、扱っているブティックのアドレスなどの情報がまとめられて掲載されているので、そこを見れば、読者は見当がつくことになっていた。イラストと説明書きの仕方は、ファッションプレートのそれと同様であり、本誌では、雑誌の誌面の至る所に、プレートが取り込まれたような形式になっていたといえよう。

また、『アルグーポータ』の広告掲載の方法にも注目したい。図13をみると、上に描かれているのは、「ヴィヴィエフレール」という革手袋を扱う手袋屋の広告になっており、下部は、本誌では比較的良好登場する「ジュリエンス」という高級靴屋の広告になっている(図13)。異なるブティックの広告であるものの、文字のフォントや、広告デザインが、『アルグーポータ』の誌面全体の世界観を崩さずに、むしろ一体化して共鳴しあう印象になっている。別の言い方をすれば、いずれも高級な手袋と婦人靴を扱う美しい広告を掲載することによって、雑誌全体の雰囲気を高級でエレガントなものとして演出することに成功しているようでもある。つまり、雑誌と広告は、別物ではなく、同じ誌面を作り上げるために協働関係にあつたものと考えられよう。

著作権の関係により表示できません

11

12

このようにデザイナーの作品に用いられた生地を明示するだけでなく、『アルグーポータ』の裏表紙は、A.G.Bの店舗マークのついた生地の文様も刷りだしていた(図15)。一見するとただの美しい模様に見えるが、これは見た目にも美しく、さりげない広告のやり方とも言えるだろう。

このように、20世紀を迎えて、雑誌のビジュアルのありかたは、さらに変化を遂げていった。19世紀に一大ブームを引き起こしたファッションプレートが、すこし姿を変えて『アルグーポータ』のような20世紀の雑誌の中にも継承されていることもできよう。すでに写真技術が広まっていた時代であるにもかかわらず、このようなアート作品のような雑誌を入びとは求めていたことができる。そして、『アルグーポータ』に至っては、誌面に描かれるイラストと、広告と、服飾産業と、デザイナーとが、連携して協働し、互いに利益を得るように誌面作りがなされていたといってもよいだろう。しかも、そのようなことは「見わからないように、巧妙に美しい誌面のなかに忍ばせていたのである。

作品のような形に展開していくのを後押し準備していたようにも思われる。これらの事例のなかには、もしかすると、今後の雑誌やファッションメディアが参考にできるアイデアも潜んでいるのではないだろうか。写真以前のファッションメディアのそれぞれの特徴や工夫などには、現代においても、興味が惹かれるものが数多く残されていると思う。現代のファッションメディアがどのように展開していくかは未知数ではあるが、ファッションを求める人がいる限り、雑誌メディアの可能性は、まだいくらでも伸びしろがあると信じたい。

図10：ファッションプレート[La mode illustrée] 1865年 日本女子大学服飾美学研究室所蔵
図11：『femina』1901年2月1日号(創刊号)表紙 日本女子大学服飾美学研究室所蔵
図12：『Art Gout Beauté』1926年3月号 日本女子大学服飾美学研究室所蔵

著作権の関係により
表示できません

図13: 『Art Goût Beauté』広告 日本女子大学服飾美学研究所蔵

註

- 1: 抄訳に次のものがある。チエーザレウエチチリオ『西洋ルネッサンスのファッションと生活』加藤なおみ訳、柏書房、2004年。
- 2: 田邊しずか、「17世紀後半における」メルキユールギヤランの服飾特集記事」『日本女子大学大学院紀要』家政学研究所人間生活学研究科』第26号、2020年、273-283頁。
- 3: Funèire, *Dictionnaire universel d'histoire Funèire*, (1690), SML-Le Robert, Paris, 1978, non pagination, anode.
- 4: 拙著『モードの身体史』近世フランスの服飾にみる清潔なるまじ、逸脱の文化』悠書館、2013年、135-139頁。
- 5: Nicolas Faret, *L'honnête homme ou l'art de plaire à la cour*, (1630), réédité par M. Magendie, Slatkine Reprints, Genève, 1970, p.92.
- 6: たとえば、17世紀において、男女ともに身に着けるリボンの場所によって名前が異なっていたり、つけはくろが顔のつける位置によって名前が異なったり、あるいは重ねているスカートのそれぞれに名前がついていたり、などいくつかある。また色名にもユニークな名前が見受けられた。
- 7: ラメサンベニエルに442 *Journal des dames et des modes*, (1797-1839) の重要。
- 8: Rose Fortasse, *Les écritures Françaises et la mode : de Balzac à nos jours*, Paris, Presses universitaires de France, 1988.
- 9: Frédéric Monneyron (sous la direction de), *Vêtement et Littérature*, Paris, Presses universitaires de Perpignan, 2001. 他
- 6: *Journal des dames et des modes* に同じ。同様の試みがみられる。大澤香奈子、木岡悦子、「1830年代初頭のファッション・レポートにみる女性像と服飾表現」『ベルナル・カタム・モード』を通過して』『日本家政学会誌』53号(6)、2002年、581-592頁。
- 10: 2014年4月2日から8月17日にかけて、パリ市アチパレ美術館で行われた「パリ1900年スベクタクルな町」展にて展示されたドレスを参照。
- 11: 拙著「ジャケットで身をたくる、礼作法法書にみる近世近代フランスのモード」、『フランスモード史への招待』徳井

著作権の関係により
表示できません

図14: 〈レ・ティシュ・A・G・B〉の店舗の様子(パリ、ラ・ベ・通り2番地) 『Art Goût Beauté』 日本女子大学服飾美学研究所蔵

- 12: シャルル・ポードレル『現代生活の画家』1863年(ポードレル批評2、美術批評II、音楽批評)阿部良雄訳、筑摩書房、1999年所収、151頁。
- 13: 「近代性」と訳す研究者もいるが、ここでは「現代性」としておく。
- 14: ポードレル、前掲書、168頁。美術史家、ヨリウオールドもこの言葉を引用している(ヨリウオールド『印象派の歴史(上)』三浦篤坂上桂子訳、角川書店、2019年、203頁)。
- 15: ポードレル、前掲書、169頁。
- 16: Gloria Groom (sous la direction de), *L'impressionisme et la mode*, Paris, Skira Flammarion, 2012 参照。岩崎余帆子「帽子の女性」マネ、ド・ガ、ルノワール: 19世紀後半のモードと絵画』『西洋近代の都市と芸術2、パリ1、19世紀の首都』(喜多崎親編、竹林舎、2014年、295-314頁。久野朝子「マネとモード」マネの描いたパリジメヌに見られるモードの重要性』『武蔵大学人文学会雑誌』第35巻、第2号、2003年、25-63頁。
- 17: 『マルメ全集III、言語・書物・最新流行』、筑摩書房、1998年。
- 18: 吉田典子「フランス19世紀におけるモード」文学絵画』『Modern Beauty』6-13頁など。
- 19: Emile Zola, «Mon Salons», in *Salons*, E. Droz, Genève, 1959, p.130.
- 20: Mark Roskill, «Early Impressionism and the Fashion Print in *Barbington Magazine*, 112 (June 1970), pp.391-395; Valerie Steele, *Paris Fashion: a Cultural History*, (1988) Berg, NY, 1998, p.125.
- 21: M. Roskill, *op.cit.*; John Rewald, *The History of Impressionism*, Sackler & Warburg, London, 1973, p.203; V. Steele *op.cit.*, p.130; G. Groom *op.cit.*
- 22: 鹿島茂『鹿島茂コレクション3、モダンパリの装い』、19世紀から20世紀初頭のファッション・レポート』求龍堂、2013年参照。
- 23: 松田祐子「主婦になったパリのブルジョワ女性たち、100年前の新聞雑誌から読み解く」大阪大学出版会、2009年。