

ドローイング・ファッション

ファッション評論家 コリン・マクドウェル

DRAWING FASHION

Colin McDOWELL, Fashion Critic

Early in the 20th century, the pochoir fashion illustrations by Paul Iribe, Erte, and André Marty were taken up by specialized fashion magazines such as La Gazette du Bon Ton and Art Goût Beauté, fueling the readers' imagination. Illustrations facilitate readers imagining themselves wearing the drawn clothes. On the other hand, fashion photos, which formed the mainstream after World War II, came to accompany stage setting for fashion items, affected by TV commercials. Dresses were placed at a disco, on a beach or in a sophisticated restaurant. Dresses became one of the factors on an edited page, representing lifestyles rather than fashion.

Fashion drawings declined inversely with the popularity of fashion photos. During the period society changed drastically, wealth was redistributed, and social lives became increasingly deformed, to lower the age of people leading fashion. Today young women obtain information concerning fashion from TV, fashion articles in newspapers, and even more from websites, blogs, and Twitter. In this situation, traditional quality magazines face the most significant threat. Therefore, how about running fashion illustrations as USPs (Unique Selling Propositions)? This means inserting fashion illustrations in major seasonal articles, not taking them up as merely small articles. This approach may facilitate restoration of the status of haute couture.

道具を手に取り、それを使って平面に印を付ける。この行為は人類の歴史と同様に古い。世界各地で見られるさまざまな実例——無論、未発見の事例も多数ある——が証明するよ
うに、およそ全世界においてこのことはいえる。それと同時に興味深いのは、これまでに
見つかった印のほぼすべてが何らかを描写したものであり、フランスの洞窟壁画を撮影し
たヴェルナー・ヘルツォークの近作映画を見た者なら誰しも感じる事だろうが、それら
はみな、かなりの手の器用さと観察力があって創作されたものである。もちろん、何が描
かれているかがはっきりと認識できることは言うまでもない。

手にした画材を平面の上に走らせていく、あの動きが私たちの文明社会の核にあり、さ

さまざまな形で発展していく芸術表現は、対象のみならず、道具を手にした者——常に「芸術家」であるとは限らない——がいかに解釈したかという、対象の描写から立ち上る感情までも記述するための大原則として、前世紀の末にいたるまで存在し続けている。

しかしながらここでは芸術家の仕事に目を向けよう。しかもある特定の領域の芸術家に。それは、人の姿を描こうとする人たちのことだ。伝統的に、ヨーロッパの肖像画は丹念な実物の観察による写生画を基礎に置いている。それは、鉛筆、銀筆、木炭、白墨のいずれかで描かれようとも、さらには薄塗りの油彩や水彩であっても同じである。西洋文化の歴史において最も人の心を揺り動かす作品の中にも、この範疇に入るものがある。レンブラント、ルーベンス、ダ・ヴィンチ、ミケランジェロ、それに数多くの彼らの先人、後人たちは、画紙の上でアイデアのきっかけをつかみ、ぶつかった壁を乗り越えていった。現代の芸術家の場合でも、「紙の作品」展works on paperのごときものは多くの観客を集めている。なぜかといえば、芸術家の複雑な思考プロセスは、最終的なカンヴァスの作品よりも、日の目を見ることなく「仕上げた」状態になっていない作品を見た方がわかるのではないかという期待があるからである。

ドローイングの魅力はそれだけにとどまらない。儂く、未完成で、消え去ってしまうドローイングは、芸術家の感情や精神に私たちに近づけてくれる。ゆえに、ファッション・ドローイングについても次のことが言える。通常その状態——つまり、ドローイングやスケッチ——のままに残り、油彩やテンペラ、他の永続的な顔料を用いた作品を制作するための一段階として使われることがほとんどないが、直接性や情感の強さにおいて、形を重視した完全な似姿である肖像画を超えているのである。

したがって、ファッション誌でファッション・ドローイングをあまり扱わなくなっていることは大変不運なことだ——とりわけ、デザイン画が、多くのファッション・ブランドにおいてアイデアを練り上げ、作品を描く際の基礎にいまだになっているのだから。大クチュール・メゾンからマスマーケットのメーカーに至るまで、ドローイングは考えを説明するものであり、アイデアを理解、共有させるものである。ファッション・ショーの控室に入ると、ポラロイド写真が着せ付け担当の備忘録としてすべての衣服に貼られているが、生地見本を含めた全ての情報が見られる重要なボードは常にドローイングになっている。なぜならば、ドローイングは衣服の個性を際立たせるからだ。最終的にそれを着ることになるモデル自身の個性を前提にはせず、衣服の個性と融合させることもしない。

ファッション・ドローイングの芸術性については後述するが、現段階では、近代のファッションの描写に関するあまり知られていない論争に目を向けるのが賢明だろう。ここでは、ドローイングと写真についての論争——どちらがデザイナーの意向や希望に近づくこ

とができるか——を取り上げる。

「艶やかな」高級誌を見れば、編集者、スタイリスト、そして出版社が、偏りのない雑誌に求められるようにさまざまなタイプの服をいくつかのテーマでまとめながら見せようとするときには、疑いもなくファッション写真の方を選んでいることがわかる。そうになると、モデルや写真家、ファッション写真の撮影にかかわるその他多くの——そして非常に経費の掛かる——協力者のスケジュールやコストに基づいて物事の決定がなされてしまう。長年にわたりこうした議論に数多く携わってきたが、ドローイングも写真同様、あるいはそれ以上に、あるスタイルの雰囲気を読者に伝えるのに有効であるとする参加者の声をついぞ聞いた覚えがない。ファッション・ドローイングが、『ヴォーグ』や『ハーパース・バザー』、『エル』、月刊や隔月、年2回で発行される高級誌の類に珍しく掲載される時もあるが、それは本来のファッション・ドローイングとはいえない。経費が掛からないという理由で指名され、できる限り写真に近づけて画を描くよう指示されたイラストレーターによる悲しい労作である。

アーヴィング・ペンやホルスト・B・ホルストなどの写真にはエリックやクリスチャン・ベラルのドローイングが持っているような個性がないという人は、単なる早合点である。ここで指摘すべきは、20世紀前半の優れたモノクロ写真の多く——ジョージ・ホイニンゲン＝ヒューン、ビートン、ヘンリー・クラーク、ヒロらの作品——は、ファッションにかかわる芸術家たちがするのとまったく同じアプローチで、服にフォーカスを当てている。背景は同時代のドローイングほどにはトーンを落としていないものもあるが、ドローイングと同じく地と図の不変的な区別と相互の影響関係が常に認められる——それゆえに、真に優れた服の写真は、ほぼ全てが1950年代以前に制作されたものである。

以後、ファッション写真はテレビ広告の影響を受けて、ファッションの舞台装置を作るようになった。服はディスコに、浜辺に、洒落たレストランに、さらには（ヘルムート・ニュートンやスティーヴン・マイゼルの場合には）病院の中に置かれる。衣服は単に編集されたページの一要素となり、ファッションというよりもライフスタイルを表すようになってしまった。結果は目に見えており、繰り返しになってしまうが、こうした手法では、イメージの中にある些末な部分にも中心となる服そのものと同じようにときには——それ以上に——注意が行ってしまう。二百年以上さかのぼる手法——自然な舞台装置の中に置かれる服——であり、20世紀初頭、非常に普及した手法である。その頃、一方では、ポール・イリーブやエルテ、アンドレ・マルティエによるポショワールのファッション・ドローイングが『ガゼット・デュ・ボン・トン』『アール・グー・ボーテ』などの専門的なファ

ッション誌で取り上げられ、しばしば一風変わったユーモアのある画風で読者の想像力をかき立てていた。イラストのこうした表現形式が、アドルフ・ド・メイヤーやエドワード・スタイケンら力量のある初期の写真家に影響を与えていた。技術的發展によって、彼らが別の道へと飛び立つ翼を得るようになる以前のこと、20年代が始まる頃までの話である。

ファッション・ドローイングは消えゆくものとは違い長く残った。読者がイラストを好むのは、描かれた服を自分が実際に着ている姿を想像できるからだと広く知られていた。現代のスーパーモデルに着せて撮影された場合には、非常に限られた人しか味わうことのできない特権である。エリックの柔らかな描線、ルネ・グリュオーの大胆な輪郭線、ルネ・ブッシュェの洗練された「クールさ」、これら全てが、雑誌のページをめくる女性に共感を得ていた。軽快で印象主義的なクリスチャン・ベラルのファッション・ドローイングも彼女たちに語りかけていた。彼の画風は服の描写はするものの顔はほとんど描き込まない——この手法をとっていたために、『ハーパース・バザー』誌のオーナー、ウィリアム・ランドルフ・バーストからは突き放されたように「顔のないフレディ」と呼ばれ、彼はそこでの仕事を失った。時代の先を読んでいた『ヴォーグ』誌は、彼こそが当代のファッション・イラストレーターであると気づき、すぐさま彼を引き抜いたしかも、当時のパリの事情通によれば、クリスチャン・ディオールに、あのニュー・ルックのきっかけとなるアイデアを与えたのも彼だという。

優雅、優美、気品、華麗などの語——全盛期のファッションを語る際に使われる言葉——だけは、20世紀前半のファッション・イラストの解説に幾度となく登場する。何事もシンプルにしようとする現代ファッションにおいて、そうした表現はみな、今日最も使われているファッション用語に含まれていると言ってもいいだろう。「セクシー」が、今、形容として求められている唯一の言葉だ。別の言い方をすれば、ファッション・イラストレーターが自身のドローイングに表わそうとした個性は、まさしく多様な表現の在り方と同様に消え去ってしまった。ここで私たちは、ファッション・イラストをファッションの欠くべからざる要素として考える上での最終的な核心へとやってきた。

ファッションの推進力だったドローイングが衰退していく時期は、同時に多くの社会的変化も経験している。富が再分配され、社会生活の脱形式化が進み、ファッションを牽引していく年齢が低一ドした。これらすべてがファッション人口を変化させた。今日の若い女性はファッションに関する情報を非常に早く手に入れる。入手先もさまざま、テレビや新聞のファッション欄、それ以上にウェブサイトやブログ、ツイッターが、発表されたばかりのファッションをもの数秒で彼女たちに届ける。ファッション・イラストは権威的な芸術形式としては過去のものになっていると言えなくはない——しかし、最も脅威に

さらされているのは、伝統ある高級誌であると言いたい。そこで、自分たちの USP (訳註: Unique Selling Proposition. 独占提供 (品)。) として再び魅力的で気品あるファッション・イラストを掲載するようにしてはどうだろうか。「誌面」の前後に配された小さな切抜きのような扱いではなく、主要なシーズン記事に載せるのである。こうしたアプローチは、ややもするとクチュールの地位を、25 歳の読者層がターゲットではない唯一残されたファッションとして回復させる一助になるかもしれない。世界にはワトーやブーシェのような人材が何人もいる。彼らに必要なのは、光り輝くためのチャンスだけだ。

(翻訳: 石関亮)

〈図版〉

Fig. 1 ポール・イリーブ ポショワール 『レ・ローブ・ド・ポール・ポワレ』より 1908 年
Paul Iribe, Pochoir from *Les Robes de Paul Poiret rasantée par Paul Iribe*, 1908.

Fig. 2 エリック 『ヴォーグ (仏)』1936 年 3 月号表紙
Eric, Fashion illustration from the cover of *French Vogue*, March 1936.

Fig. 3 エルテ 『ハーバース・バザー』1918 年 8 月号表紙
Erté, Fashion illustration from the cover of *Harper's Bazaar*, August 1918.

Fig. 4 アンドレ・マルティエー ポショワール 『ガゼット・デュ・ボン・トン』より 1922 年
André Marty, Pochoir from *Gazette du bon ton*, 1922.

Fig. 5 クリスチャン・ベラルー 『ヴォーグ (仏)』1937 年 10 月号表紙
Christian Bérard, Fashion illustration from the cover of *French Vogue*, October 1937.

コリン・マクドウェル (Colin McDowell)

ファッション評論家。『ザ・サンデー・タイムズ』紙のファッション欄を長年にわたり担当。主著は『McCowell's Directory of Twentieth Century Fashion』(1985)をはじめ、『The Man of Fashion: Peacock Male and Perfect Gentleman』『Jean Paul Gaultier』、『Galliano』(共に 2001 年)、『Matthew Williamson』(2010) など多数。

(※肩書は掲載時のものです)