

# 映画『パリの恋人』における三位一体 ～パリとファッションと「新しい女」と～

A Trinity in *Funny Face* (1957):  
Paris, Fashion and “A New Woman”

楚 輪 松 人

Matsuto SOWA

## § 1. はじめに

「『パリの恋人』。制作費三百万ドルは、法外な額ではなかった。しかし…」(*Funny Face*, at \$3 million, wasn't horribly expensive to make. But it was.” Paris 132)。この映画はオードリー・ヘップバーン (Audrey Hepburn, 1929-93; 以下、オードリーと略記) が主演したアメリカ映画で、「その年の興収トップテンに入れなかった最初の映画」(“the first of Hepburn's American films not to be among the top ten moneymakers of its year,” Paris 132) となったのである。にもかかわらず、「ファッション業界ではカルト映画の古典」(“a cult classic with the fashion industry,” Maychik 132) となったと言われる。果たして、この評価の分かれる『パリの恋人』(*Funny Face*, 1954) の真価はどこにあるのか。

オードリーの伝記の決定版、バリー・パリスの『オードリー・ヘップバーン物語』の巻末のフィルモグラフィでは本作品は次のように解説されている。

A Greenwich Village bookworm is turned into the fashion sensation of the decade by the editor and star photographer of a glitzy, *Vogue*-like magazine. Running time: 103

min. (Paris 391)

グリニッチヴィレッジの“本の虫”が《ヴォーグ》を思わせる華やかな雑誌の編集長とスター・カメラマンの手で、センセーショナルなファッション・モデルに変身する。上映時間=103分。

要は、オードリーが演じる少女が、本屋の店番からトップモデルに変身するという物語である。しかし、そもそもヒロインを演じたオードリーとはどんな女優なのか。オードリーに縁のあった日仏の二人のファッション・デザイナーそれぞれが、次のような言葉を残している。森英恵 (1926-2022) は絶賛する——「世界が彼女の真似をした」(森28) と。また、完璧なパリ・モードを体現したユベール・ド・ジバンシィ (1927-2018) は言う。「オードリー・ヘップバーンのようになりたいと夢見なかった女性がこの世にいたのだろうか」(“There is not a woman alive who does not dream of looking like Audrey Hepburn.” Wills, *Audrey: The 50s* 138)。

以下の考察では、映画『パリの恋人』では、パリとファッションと新しい女性像の三つが渾然一体となって、〈新しい女性の創造〉というアイデアについての完璧な調和とれた全

体を作り出していることを明らかにするものである。ここでいうファッション業界とは、デザイナーを除いて、ファッション産業に関わる雑誌編集者、カメラマン、そしてモデルの三人である。この三者が一つとなって〈ファッション〉の総体を作る。三位一体とは、「三つの要素が互いに結びついていて、本質においては一つであること。三者が協力して一体になること」(『広辞苑』)の謂である。編集者のマギー、カメラマンのディック、モデルのジョーの三者は協力して、ファッション誌《クオリティ》が打ち上げた〈ミス・クオリティ〉<sup>1)</sup>が表象する三つの重要事項、「パリ」と「ファッション」と「新しい女」の三つが互いに結びつけ、本質においては一つであることを証明するのである。

物語はニューヨークにある架空のファッション誌《クオリティ》の女編集者マギーのオフィスから始まる。この映画が「女の世界」、すなわち〈おしゃれ〉を追求する文化そのものに根ざしていることが、最初からはっきりと示されるのである。マギーは宣言する。「おしゃれに関心のない女性のための服を作ろう」(“Clothes for the woman who isn't interested in clothes!”)。そのために新しいモデルを捜し出して〈ミス・クオリティ〉と名づけ、パリの世界的デザイナーであるポール・デュヴァルに衣裳を作らせてファッション・ショーを開き、その写真を独占して大いに雑誌を売ろう。それが彼女の魂胆である。肝心の〈ミス・クオリティ〉にふさわしい美女を捜す役割を担うのは、ファッション・カメラマンのディックである。苦労の末、彼はニューヨークのグリニッチヴィレッジの垢抜けないジョーという娘を見出した。《未発達

概念》(Embryo Concepts)という名前のかび臭い本屋の店番で、パリ在住の哲学教授に私淑するようなインテリ娘である。ジョーはもちろん、ファッション・モデルなどに興味はなかったが、パリに行けば崇拜する教授に会えると思い、〈ミス・クオリティ〉になることを承諾する。そして《クオリティ》の編集長マギー、ディック、ジョーの一行がパリに出発することになる。結論的から先に言えば、映画『パリの恋人』は観客にそれまでの〈女性美〉の基準の変更を迫る内容であり、オードリーという女優の「顔」の魅力を観客に新たに納得させる作品となるのである。

## § 2. 映画版パリ観光案内

『パリの恋人』はパリを主な舞台とする。オードリーの出演する映画(以下、オードリー映画と略記)に共通する第一の特徴は、そのテーマがヒロインの「変身」であること。すなわち醜いアヒルの子は美しい白鳥へと変身する。オードリー映画に共通する第二の特徴は「都市」がヒロインの変身の場所となることである。例えば、シェイクスピアの喜劇の場合、ヒロインが成長し変貌するための場所として森が設定されている。ノースロップ・フライが『批評の解剖』(1957)で指摘するように、シェイクスピア喜劇のヒロインたちは「緑の世界」で日常から離れ、「変身」を遂げ、現実世界に戻ってくる——それがシェイクスピア喜劇のヒロインの変身パターンである。

… the action of the comedy begins in a world represented as a normal world, moves into the green world, goes into a metamorphosis there in which the comic resolution is achieved, and returns to the normal world. (Underlined mine; Frye 169)  
喜劇の筋の運びは、正常なものとして描

<sup>1)</sup> 「〈どうすれば美しくなれるか〉ということに関する権威」(“being an authority of ‘how to be lovely’” Moseley 51)となるキャンペンガールのこと。

かれる世界にはじまり、緑の世界へと移り、そこで変身が起こり、喜劇的に解決され、ふたたび正常な世界へと戻ってくる。

しかし、緑の世界が失われた現代、ヒロインが変身を促される場所は、ローマやパリなどの主要都市、異国の都市となる。換言すれば、醜いアヒルの子が白鳥へ、サナギから蝶への変身の契機となるのは、日常世界とは異質な現代の緑の森——都市における経験である。孤独になるには大都会にこしたことはない。オードリー映画は、基本的には空間移動をするヒロインの物語であり、そこで彼女たちは未知の自分と出会い、大きく変貌を遂げる。ヒロインが自己を見つめ、成長するために必要な場所として、都市が未知の人との出会いの空間、何かしらの変化が起きる場所、新しい人生の創造のためのトポスとなるのである。例えば、『ティファニーで朝食を』(61)では、オードリーが演じたヒロインのホリーは、ニューヨークで過去の歴史や抑圧から逃走し、新たな衣服を身につけ、新たな役割を演じて、新たな自分を形成する。都会は、田舎から逃げ出したヒロインが自分自身を作り直し、新たなアイデンティティーを獲得する場所なのである。『パリの恋人』では、ヒロインはそれぞれの観光名所で新しい衣装に身を飾り、文字どおり自己を変貌させる。そして同時に、それぞれの場所を背景にした彼女のグラビア写真は、この映画をパリの観光映画へと変貌させるのである。

物語の舞台が、最初はニューヨークであったものが、途中からパリに移動することには理由がある。第一に映画製作者がターゲット（映画という商品売り込む対象）としたのはアメリカ人であり、大ヒット作となったオードリー映画、『ローマの休日』のローマに続くべき観光都市はパリとなるのである。当時

のパリは、ニューヨークのファッション雑誌編集者のマギーでさえ訪れたことのない異郷の地、当時のアメリカ人にとっては遠く離れた憧れの場所である。事実、映画の「予告編」で映し出されるのはパリの観光名所——エッフェル塔、セーヌ河畔、エトワールの凱旋門、ルーヴル美術館であり、『パリの恋人』はまさしく映画版のパリ名所観光案内へと変貌するのである。

映画の舞台がパリである第二の理由は、パリこそ世界のファッションの中心であり、女性たちの歓心を買うためには恰好の場所となるからである。アメリカの児童文学の古典、『あしながおじさん』(*Daddy Long Legs*, 1912)の主人公のジュディの言説が正しければ、服装は女性の関心事で、彼女によれば、服装に対する関心は女性に特有のもの、服装は女性特有の領域ということになる。

You must be deeply impressed by these millinery details! One can't help thinking, Daddy, what a colorless life a man is forced to lead, when one reflects that chiffon and Venetian point and hand embroidery and Irish crochet are to him mere empty words. Whereas a woman, whether she is interested in babies or microbes or husbands or poetry or servants or parallelograms or gardens or Plato or bridge—is fundamentally and always interested in clothes. (Underlined mine; Webster 185-186)

女性の服装についてこんなにこまごまと書いてあると、びっくりなさるでしょう！ おじさん、シフォンだの、ベネチア風ポイントレースだの、手ししゅうだの、アイルランド風鉤針編みだのということばが、男の人たちにとって、なんの意味もないつまらないことばだと思うと、男の人って、なんてうるおいのない

人生を送っているのだろう、とつくづく  
思ってしまいます。ところが、女の人は、  
たとえば、興味を持っていることが、たと  
えば赤ん坊、細菌、夫、詩、召使い、平  
行四辺形、庭、プラトン、ブリッジ、と  
にかく何にしろ——基本的に、そして常  
に服装には興味を持っているものなんで  
す。(三年目の12月7日付の手紙／谷口  
由美子訳)

事実、ジュディのファッションへの欲望は、  
彼女が成長するにつれて掻き立てられる。  
『あしながおじさん』は、ウェブスターの原  
作もアステアが主演した映画版(1955)も、  
女性には本性として服装への嗜好があるこ  
とをはっきりと物語る。

オートクチュールの出現によりパリは  
ファッションの震源地となった。世界の流行  
はここから生まれる。ファッションのメッカ  
というわけで、マギー、ディック、ジョーの  
三人組は、ニューヨークからパリに行き、前  
述のように、映画は完全にパリ観光案内の趣  
きを呈することになる。以後、最初の舞台の  
ニューヨークは完全に忘れ去られてしまう。

パリ郊外のオルリー空港に降り立つと、三  
人はホテルに直行すると言いながら、それぞ  
れがタクシーで市街へ向かい、憧れのパリの  
名所に立ち寄る。彼らの道筋をたどれば、マ  
ギーはオペラ座前からヴァンドーム広場へ、  
ディックはエトワールの凱旋門前からシャン  
ゼリゼを下ってアレクサンドル三世橋へ、  
ジョーはサクレ・クール寺院の裏あたりから  
セーヌ川岸へ。代表的なパリの観光スポット  
の前で、三人はパリっ子を気取って、その映  
像が三人別々に、時には三分割されたスク  
リーンに同時に映し出される。その後、三人  
は誰もが認める〈パリの顔〉、エッフェル塔  
の展望台でばったりと鉢合わせる。セーヌ川  
畔に立つパリのシンボル。高さ116mの展望

台から眼下に広がる美しいパリの街のパノラ  
マ。パリ観光案内映画のクライマックスの一  
場面である。

次に、カメラマンのディックは、新作のオー  
トクチュールでドレスアップしたジョー、  
〈ミス・クオリティ〉に変身したジョーのさ  
まざまな姿を激写する。その背景として選ば  
れたパリの観光スポットは目まぐるしく変化  
し、本作の観光映画としての魅力はパワー  
アップする。『パリの恋人』について、前述  
のファッション・デザイナーの森英恵は次の  
ようにコメントする。

オードリーの映画の中でも、「ジバン  
シイ・ファッションが全開」という意味  
で、『パリの恋人』は出色です。本屋の  
店員からトップモデルに変身したオード  
リーは、次から次へと衣装を着替え、  
ファッション・カメラマンのフレッド・  
アステアの前にポーズを決めます。凱旋  
門の前でスカートの広がった黒のワン  
ピースに風船を持ち、花屋の前で花柄の  
フェミニンなドレスに両腕いっぱいの花  
を抱えて、そしてセーヌ川の船の上では  
白のパンツ・スーツに大きな帽子をか  
ぶって魚釣りをします。とくに真っ赤な  
イブニング・ドレスに赤いパンプス、同  
じく赤いショールを頭上になびかせて  
ルーヴル美術館の大理石の彫像の後ろか  
ら姿を現すシーンは素晴らしかった。  
[・・・] このときの最後のシメの衣装  
は「ウェディング・ドレス」ですが、そ  
の点からしても、この映画は、いわば映  
画版のファッション・ショーです」(森  
36-37)

〈ミス・クオリティ〉というアイデアを体  
現するグラビア写真の撮影のために、カメラ  
マンのディックとモデルのジョーは、コレク  
ション(新作発表会)までの一週間、パリの

八ヶ所で写真を撮る。次々と衣装を着替えると、ジョーはそれぞれの〈ミス・クオリティ〉に感情豊かにポーズを決める。一連のグラビア写真は出色の出来栄で、実際にこれらの写真の撮影を担当したのは、〈ロケ撮影〉を得意としたリチャード・アヴェドン（Richard Avedon, 1923-2004）である。「最高のファッション・ショーは常にストリートにある」と喝破したのはニューヨークの写真家ビル・カニングサム（映画『ビル・カニングサム&ニューヨーク』 *Bill Cunningham: New York*, 2010）であったが、芸術はスタジオではなく現場にある。パリの観光スポットを背景にした8枚の美人画、いわば「オードリーの《パリ八景》」は、それを活写したアヴェドンが女性雑誌に特有の美意識の持ち主であること、そして〈ミス・クオリティ〉の生き様を表現したとオードリーは最高にスタイリッシュな俳優であることを証明したのである。

アヴェドンが撮影した〈ミス・クオリティ〉の8枚のスチール写真をパリ観光映画としての『パリの恋人』にどのように活かすのか。映画監督のスタンリー・ドーネン（Stanley Donen, 1924-2019）は視覚芸術肌の監督で、写真と映像のコラージュという当時としては斬新な手法を取り入れ、ファッション映画という新基軸を切り拓いた。具体的には、映画の枠組を打ち破って、新たな物語芸術の形式を作り上げたのである。アヴェドンは当時を回想して次のように言う。

Stanley was very visually minded and we went over what would make good pictures for the fashion montage—the train, the flower market. If you froze a motion picture frame in those days, the grain would be enormous, so we couldn't go to that large a frame in 35 mm. So, we took my actual 8×10 camera, attached it to the movie camera,

and shot through a mirror, so I would take the picture with my camera at the exact same moment it was happening on film. In the lab they could locate the same frame, insert mine, and therefore have a much better quality image. (Wills, *Audrey: The 50s*, 154)

監督のスタンリーは非常に視覚肌の人で、私たちは列車や花市場など——ファッション・モンタージュにふさわしい写真を撮るにはどうすればよいかを調べてみた。当時は映画のコマを静止すると粒子が大きくなってしまふので、35ミリではそこまで大きなコマ撮りはできなかった。そこで私の8×10カメラを映画用カメラのレンズに両面鏡をかぶせ、その鏡を通して撮影したので、フィルムの上で起こっている出来事とまったく同じ瞬間にカメラで写真を撮ることができた。現像所では、映画の同じコマにスチール写真を挿入することで、はるかに高画質の画像を得ることができたのだ。

簡単に言えば、フィルムが駆動される映画撮影用の《シネカメラ》と、映画のなかの一場面を静止させる一枚撮りの《スチルカメラ》の併用である。こうして、カメラのシャッターを切った瞬間に動きを止め、その映像を分析写真にしたり、さまざまに着色して最終的なプリントの形にしてスクリーンの画面に定着させたのである。コンピューター・グラフィックスを先取りするかのようなアヴェドンの色彩操作は実に巧みで出色の出来栄となった。当時の映画という表現方法で考えられる最高の瞬間であった。

### § 3. オードリーの《パリ八景》

〈ミス・クオリティ〉に変身したジョーをカメラマンのディックが撮影する。ディック

は〈ロケ撮影〉でモデルのジョーを〈クオリティ・ウーマン〉へと変身させ、彼女に〈ミス・クオリティ〉としての存在感を与えるために、それぞれの場面でそれぞれの〈ミス・クオリティ〉のペルソナとポーズを演じさせ、彼が撮影する写真にドラマを与えるのである。この撮影でオードリーが身につけるオートクチュールはすべてジバンシィのデザインによるものであった。それはパリの8カ所の観光スポットを舞台にした野外ファッションショー、「オードリーの《パリ八景》」である。彼女を激写したスチール写真は、物語の流れを完全に中断させてしまう。しかし、パリのファッション・アイコンと化したオードリーの姿は、否応なく、観客の視線を惹きつける。そこには祝祭のような華やかさ〔グラマー〕がある。それはアヴェドンの色彩感覚のなせるわざであって、一つひとつの決定的瞬間の写真には、活動写真〔モーション・ピクチャー〕としての映像とは異なるスチール写真の魅力がある。このシネカメラを止めながら、スチルカメラを活かした映像は、『パリの恋人』の見せ場である。以下、パリ8カ所の観光名所で、パリモードの正統派の衣装に身を包んだオードリーを撮影した美しい「オードリーの《パリ八景》」を見ていこう。

### [1] カルーゼル凱旋門

この凱旋門（Arc de Triomphe du Carrousel）は、パリにある四つの凱旋門の一つで、パリのセーヌ川右岸にあるチュイルリー公園（Jardin des Tuileries）の東に位置する。ルーヴル美術館の中央入り口、1989年に完成したガラスのピラミッドを出た観光客が向き合うことになるのがこのピンクと白の大理石を基調とした高さ19mの建築物である。黒のスカートのワンピース姿のオードリーは、カン

帽をかぶると、色とりどりの風船を手にして、堂々と凱旋する者（勝利者）を出迎えるのである。



Arc de Triomphe du Carrousel

### [2] パリの北駅のホーム

パリからロンドン行きの列車の発着場所、北駅（Gare du Nord）のホームでの撮影である。旅行着を着たオードリーは、夫のメル・ファーラー（Mel Ferrer, 1917-2008）が贈ってくれた小さなヨークシャーテリアの愛犬〈フェイマス〉（Mr. Famous）を抱いている。彼女が扮するのはトルストイのアンナ・カレーニナである。彼女の背景に停車しているのは、ロンドンとドーバー、フランスのカ



Gare du Nord

レーとパリの間を走る列車「黄金の矢」（La Flèche d'Or/The Golden Arrow）号である。

### [3] シテ島の花屋

パリの発祥の地，セーヌ川の中洲であるシテ島（Île de la Cité）の花屋である。パリのど真ん中のシテ島内の広場ではファッショナブルな花市場が開かれる。花市場の前でオードリリーは花柄のフェミニンな夏服〔サマードレス〕に両腕いっぱいの花を抱える。黄色とオレンジのフラワープリントのワンピース。薄黄色のロンググローブとつば広の帽子。すべてにマッチした花束を合わせると気品ある装いの極みとなる。



Île de la Cité

### [4] パレ・ガルニエ（ガルニエ宮）

シャルル・ガルニエ作のバレ・ガルニエ（Palais Garnier）は，1875年に完成した風格ある芸術の殿堂。壮麗なネオバロック様式の世界で最も美しいオペラ座（l'Opéra de Paris）。豪華な建物の内部に入ると夢のような世界が広がる。オードリリーは，エレガントなエメラルド色のコート，大きくふくらんだ白のスカート，白い手袋，白いパンプスを見

にまとい，波のような優雅な曲線を描きながら広い大理石の大階段を降りてくる。



Grand Staircase at Opera Garnier, Place de l'Opéra

### [5] セーヌ川で魚釣り

セーヌ川にかかる，ルーヴル河岸とコンティ河岸を結ぶ橋，ポン・デザール（Pont des Arts）の近くに浮かぶ船上で魚釣り。白の細身のカリブパンツを履き，それに合わせた白のブレザー。ピンクのベルトは細いウエストを強調する。ファッショナブルな大きな麦わら帽子のリボンはベルトとお揃い。靴も同じ色合いのピンクのフラット・シューズ。



Pêcher sur la seine

### [6] ヴェルサイユ宮殿

パリから20kmあまり離れた自然のなかにあるフランス絶対王政のシンボル，ヴェルサイユ宮殿（Château de Versailles）の広大な庭園（Jardin）にあるラトナの泉（Bassin de

Latona)。庭園内は色とりどりにライトアップされ、噴水が次々と水を噴き上げる。夜の大噴水ショー（Grandes Eaux Nocturnes）の最中に不意に白い鳩が舞い降りる。オードリーは肩を出した見事な夜会服姿。タイトなコルセットフィットに縁飾りのついた白い花柄の大きくふくらんだスカートはシルバーのフラットシューズとマッチする。



Château de Versailles

## [7] ルーヴル美術館

新時代の「新しい女性像」を表象するオードリーの《パリ八景》のなかで圧巻ともいえる一枚である。掛け値なしに卓越したグラビア写真で、真っ赤なベアドレス（肩紐なしのドレス）に白のロンググローブ、活動的なフラットシューズに身を包んだオードリーは、《サモトラケのニケ》<sup>2)</sup>の背後から姿を現す

<sup>2)</sup> 《サモトラケのニケ》(La Victoire de Samothrace)は、世界で最も有名な美の殿堂・ルーヴル美術館(Musée du Louvre)のもう一つの裸体の女神像《ミロのヴィーナス》(Vénus de Milo)とともに、ギリシア彫刻の女神像の双璧をなす。1863年、エーゲ海北東部のサモトラケ島で出土したもので、紀元前2世紀の古代ギリシアの大理石像である。ギリシア神話の翼を広げた〈勝利の女神ニケ〉を表象する。ルーヴル美術館の初代館長ヴィヴァン・ド

と、赤のショールを頭上になびかせ、これまでのようにカメラマンのディックからの指図待ち人間ではなく、自ら進んで彼女の方から「撮って、撮って」(“Take the picture. Take the picture.”)と催促する。それは男性の陰に隠れる日陰の存在から自己を主張する新しい女性像の誕生の瞬間でもあった。



Musée du Louvre

ディックが写真の背景にルーヴル美術館を選んだことには重要な意味がある。第一に、1868年のオートクチュールの出現によりファッションは芸術となった。オートクチュールは、一点ものという性格から、芸術作品であることを志向し、ハイカルチャーの仲間入りを目指したのである。また、ルーヴル美術館は、パリを代表する美の殿堂であるばかりか、世界の文化権力の中心であり、ファッションが芸術であるというメッセージを発信するには最適の場所である。ディックの試みは、ファッションを芸術の範疇でとらえることに挑戦した画期的な企てであった。

第二の理由は、《サモトラケのニケ》を背景に赤いイヴニングドレスを見にまとい、両腕を上げて羽ばたきながら階段を降りてくるオードリーの姿は、広い世界に飛び立つ女性、未来に羽ばく新しい女性像の隠喩となる

ノン(Vivant Denon, 1747-1825)にちなんだドノン翼の1階と2階を結ぶ階段踊り場にある。

からである。同館が所蔵するもうひとつの美の女神、《ミロのヴィーナス》ではなく、片手に花輪、もう一方の手に棕櫚の枝を持つ有翼の女神、《勝利の女神のニケ》こそが、女性が勝利者であることを宣言する。換言すれば、《サモトラケのニケ》を後ろ盾とし、堂々とその前を行く〈ミス・クオリティ〉は、女性が勝利者であることを印象づける。それゆえに飛び立つように階段を滑り降りるオードリーの衣装の生地とデザインは、背景にある大理石の彫刻の線を完璧に模倣しているのである。

#### [8] コイ・ラ・フォレの「白の女王の城」 (Château de la Reine Blanche)

パリの北方、シャンティイ (Chantilly) に行く途上にあるコイ・ラ・フォレ (Coy-la-Forêt) の小さな教会「白の女王の城」(Château de la Reine Blanche / Castle of the White Queen) での前の花嫁姿。コレクション (新作発表会) でのフィナーレの衣装は「ウェディング・ドレス」と相場が決まっている。映画のなかで〈ミス・クオリティ〉の宣伝キャンペーンのコレクションを担当したデザイナーのポール・



Château de la Reine Blanche, Coye-la-Forêt

デュバルは、そのフィナーレを「嫁ぐ日」と宣言する (“And now, the finale of the collection, Wedding Day”). まさにこの点から見ても「オードリーの《パリ八景》」は映画版のファッション・ショーである。ウェディング・ドレスは、白いレトロなスタイルの花嫁衣装で、横に広く浅いネックラインで緩やかな曲線で鎖骨部分をきれいにさせるボートネック、ピタリとした胴衣、大きく膨らんだスカート、膝の下まで重ねた白いベチコート。リボンでアップスタイルに固定されている白いベール。付属品のアクセサリは白い手袋、ローヒールのパンプス、白い真珠のイヤリングである。

こうして《未発達概念》という名の殺風景な本屋の店番の〈本の虫〉だったジョーは、デザイナーのハイファッションによって花嫁姿の〈白鳥〉へと変身し、「オードリーの《パリ八景》」は完成する。現代では、ファッション誌の表紙や一流ブランドの宣伝キャンペーンには、ファッションモデルに代わって、現代のセレブリティである映画女優が登場するのが当たり前のことになってしまったが、本来、モデルの仕事は、1923年にJ. R. パワーズ (1892-1977) がモデルのエージェントとしての仕事を始めて以来、ファッションモデルが担ってきた。しかし、ファッションの歴史においては、やがて映画女優がその役割を担うことになるわけであるが、オードリーはその先駆だったのである。『パリの恋人』の原作であるミュージカル台本『結婚式の鐘』(Wedding Bells) の著者であり、映画の脚本を担当したレナード・ガーシュ (1922-2002) は次のように言う。

“Audrey was the first actress to play a fashion world on screen who really could have been one off screen.” (Paris 133)

オードリーは、スクリーンでファッション・モデルを演じ、実際にもファッション

ン・モデルとして通用しただろうと思われ  
れる最初の女優だった。

映画『パリの恋人』は、ファッション・アイコンとしてのオードリーの地位を決定づけた映画である。この映画により、オードリーは、高級ファッションデザイナー、ジヴァンシィのマネキンとしてもさらに一段高い次元を昇ったわけである。

#### § 4. オードリー：ザ・ファッション・リーダー

オードリーは、衣服だけでなく、ヘアメイクも个性的で、彼女ほど一流ファッション誌の表紙を飾った女優はいないと言われる。ファッション誌だけではない。ファッション・リーダー（流行を作り出す人）の典型として、彼女は研究書の表紙をも飾る。女性の服飾史を扱った『ウィメンズウェアの100年史』（Cally Blackman, *100 Years of Fashion*, 2012）、あるいは映画に表象されたファッションの変遷を扱った『映画のなかのファッション』（Christopher Lavery, *Fashion in Film*, 2016）などの表紙を彼女が飾っていることにも明らかである。



左の表紙は『戦争と平和』（1956）の製作の間、1955年6月、ローマ近郊のツェッキナの貸し別荘の近く撮影されたもの。ジヴァンシィのデザインしたアフタヌーン・カクテルドレスで、撮影はイギリスの写真家ノーマ

ン・パーキンソン（1913-90）。右の表紙は『ティファニーで朝食を』（1961）の有名なオープニング・シーン。宝飾店ティファニーの前にたたずむオードリーは、世界中の女性を虜にすることになった細長い黒のノースリーブのイブニングドレス、肘まで覆う黒のロンググローブ、何連にも重ねた豪華な真珠のネックレス、筋状にブロンドのハイライトを入れた髪を流線形のアップに高く巻上げたヘアスタイル、そして大ぶりのサングラス姿である。夜明けの午前五時、ニューヨーク五番街での〈ロケ撮影〉である。やおら紙袋からデーニッシュとコーヒーを取り出すと、それをかじりながら彼女はウィンドーショッピングをする。原作にはない場面であるが、映画の開始早々、これほどシンプルかつ大胆なシーンの挿入は、もはやヒロインのホリー・ゴライトリーの物語には不可欠なシーンとなった。と同時に、ファッションナブルなハリウッドの伝説的スター、クラシックでゴージャスで新しいオードリー像の誕生をはっきりと印象づけるシーンでもあった。もう一度言う。森英恵は「世界が彼女の真似をした」（森28）と言った。ジバンシィは言った。「オードリーのようにになりたいと夢見ない女性がこの世にいるだろうか」（“There is not a woman alive who does not dream of looking like Audrey Hepburn.” Wills, *Audrey: The 50s* 138）。

オードリーを真似るのは普通の女の子だけではない。有名ブランドも真似る。次の写真は日経新聞（2022年9月8日）に掲載されたカルティエの全面広告、『Panthère de Cartier - パンテール ドゥ カルティエ バッグ』。その下の写真は『麗しのサブリーナ』から引用されたVHS版『思い出のオードリー・ヘップバーン』（日本コロムビア、1994）のパッケージ写真である。オードリーのスタイルはいつまでも古びない魅力を持っていて、モードの世



界ではオードリー風テイストが繰り返し登場してくる。理由は簡単。彼女のスタイルは色褪せることもなく、常に新しい。

カルティエと言えば、一世紀以上の長い歴史を誇る、1847年のL. F. Cartierの創業の老舗。グッチ、ルイ・ヴィトン、エルメスと並んで、いなまお新作の小物類やバッグを作り続ける、世界でもっとも由緒正しい一流ブランドである。往年のスターを彷彿させるスタイルが度々登場してくるのは、サンプリング（過去の作品の一部を引用して新しい作品を作る手法）、あるいは懐古主義の表れとも言えなくもないが、この広告の背後にあるのは、いまなお廃れることのない〈オードリー・ファッション〉に対する女性たちの強い憧れである。オードリー以降、スクリーンのセレブたちのファッションは常にヒット商品となった。前作『麗しのサブリナ』（1954）でオードリーが着用したサブリナ・シューズ、サブリナ・パンツと名づけられた衣装はその機能性を特徴とする。ふくらはぎまで体にぴったりのサブリナ・パンツは、スペインの

闘牛士のパンツに似た膝下までの婦人用のパンツで、その機能性重視のファッションは女性の社会進出と連動する。カルチェは、今回の新作バッグの広告で、七分丈の密着感のある上下の黒のシンプルな服を模倣したけれども、オードリーのアトリビュート<sup>3)</sup>であるフラットシューズを模倣するのを忘れていて、モデルは裸足のままで、大きなアクセントになっているビーズ飾りのシューズも大きめのイヤリングも身につけていない。尚、この商品の5秒の動画CM（“Cartier: The Panthère C de Cartier Bag”）のなかでは彼女は黒のハイヒールを履いている。

オードリーは、ジバンシィの服を着て完璧なパリ・モードを体現するスター女優となった。パリのファッションは60年代から大きく変化したと言われるが、それも多くの高級ブランドがより求めやすいプレタポルテといわれる既製のコレクションに力を入れたためであった。個性的なプレタポルテが続々と発表され、お金をかけなくても個性的な〈おしゃれ〉が楽しめる、いわば〈おしゃれ〉の大衆化が進んだ。そこに一役買ったのがジバ



<<https://www.vanityfair.com/style/2015/09/audrey-hepburn-sabrina-pantsuit-givenchy>>

<sup>3)</sup> アトリビュート (attribute)：西洋絵画等で描かれている人物が誰なのかを示すための目印となっている持ち物や小道具のこと。「持物」と訳される。オードリーがフラットシューズを愛用したのは170cmの高身長を少しでも低く見せるためであったと言われる。

ンシであった。彼はプレタポルテの店を開き、オートクチュールを世界に広めるきっかけを作ったデザイナーだったのである。まばゆいばかりに美しいオードリーは、いまなおタイムレスな魅力で人々を惹きつけ、世界の女性ファンの共感を得た。そして時の流れとともに神格化されたオードリーのイメージは、現在では美的評価の基準、ファッションナブルなスタイルの普遍的な模範となった。〈オードリー・ファッション〉とは、オートクチュールの新作モデルである以上に、何よりもライフスタイルを売り物とするモデル、つまり理想的な身体や生活モードを生きるための役割モデルとなるのである。このようなファッションの大衆化こそ永遠のファッション・リーダーの条件なのである。

### § 5. ドヴィマ：ザ・スーパーモデル

『パリの恋人』は、架空のファッション誌《クオリティ》の女編集長、ファッションの権威者 (Fashion Guru) であるマギーのオフィスから始まる。この映画が「女の世界」、ハイファッション、ファッション・ジャーナリズム、フォトグラフィー、すなわち〈おしゃれ〉を追求する文化そのものに根ざしているとすでに指摘したとおりである。マギーが目指しているのは、女性の自立が進んでいく時代にマッチしたファッション、知的な女性たちも支持するファッションである。彼女が打ち出した新しい企画〈ミス・クオリティ〉は、「おしゃれに関心のない女性のための衣服」(“Clothes for the woman who isn't interested in clothes!”) である。マギーは言う。「物事を深く考える女性もファッションに目を向けなければいけないわ。知性と美しさを両立できるということに」(“The woman who thinks must come to grips with the reality of fashionable attire. A woman can be beautiful as well as

intellectual.”)。知的な女性も取り込むために、マギーの〈ミス・クオリティ〉が目指しているのは、外見だけを美しく飾り立てたファッションではなく、内面の知性がにじみ出るようなファッション。外側と内側の両方の美しさを兼ね備えたようなスタイルである。そこには女性の社会進出が始まりつつあった時代に符合するような、ちょっとひねった仕掛けが必要となるのである。

〈おしゃれ〉に無関心な女性にも服を売ろうと目論むマギーは、スタジオ撮影中のモデルのマリオンに向かって、美と知性の融合を求めるかのように尋ねるが、マリオンの意外な返答に窮することになる。

**Maggie Prescott:** [*looking for signs of intellect*] Marion, dear ... what are you reading?

**Marion:** [*holds up comic book*] “Minutemen from Mars”!

マギー [知性の兆候を求めて] マリオン、何を読んでいるの?

マリオン [漫画本を持ち上げながら] 火星のミニットマン]



マリオンの知性の欠如にはカメラマンのディックも閉口させられている。ディックはマリオンに「ジャコモッティ風の等身大の彫刻」(“a life-size Giacometti pastiche,” Steven 213) の隣でポーズをとらせる。

**Dick Avery:** Look, Marion. Keep in mind that you're a woman who thinks. Now, that

is a piece of sculpture by “Itsbuchu.” I want you to look at it as if you can understand it, as if it understands you. See?

**Marion:** [Silent.]

**ディック** いいか、マリオン。君は物事を深く考える女性だ。これは「五淵」が作った彫刻だが、君はこの彫刻を見つめ、心を通わせる、いいね。

**マリオン** [無言]

マリオンはよくわかっていない。そこでディックは続ける。彼女は考える人間なのだから、彫刻を理解することができるかのように、また彫刻も彼女と心を通わせてまるで彼女を理解しているかのようにそれを見るように求める。ディックの発想は、マギーと同様、「五淵」の彫刻を撮影に使えば衣服に興味のない女性、つまり〈インテリ女性〉にも衣服を買ってもらえるだろうという策略である。

**Dick Avery:** Now, listen carefully. You are in the Museum of Modern Art., Marion. Deep Marion, profound Marion. You've come across this statue, and it says something to you because you are intellectual, always thinking. What are they?

**Marion:** I am thinking this is taking a long time, and I'll never be able to pick up Harold's laundry. Boy. When Harold doesn't get his laundry, disaster.

**ディック** よく聞いて。君は今、近代美術館に来ている。いいね。知的なマリオン、考えるマリオンだ。偶然にこの彫刻に近づくと、彫刻が語りかけてくる。君

が考える人間だからだ。今、君は何を考えている？

**マリオン** 今日の撮影は長くかかりそう。だからハロルドの洗濯物は取りに行けそうもないな。困っちゃうわ。あの人、また機嫌が悪くなっちゃう。

このおつむの弱いモデル、マリオンを演じた人物は本物のファッション・モデルで、ドヴィマ (Dovima) として知られるドロシー・ヴァージニア・マーガレット・ジュバ (Dorothy Virginia Margaret Juba, 1927-90) である。彼女こそ、当時のファッション業界で最高の高給取りのモデルで、まさしくスーパーモデル<sup>4)</sup> という語は、ドヴィマのために造られた語ではないけれども、彼女は1950年代のスーパーモデルであり、またドヴィマという名前は彼女自身の造語であった。本名の Dorothy Virginia Margaret Juba から、3つの名前の最初の2文字を取って DoViMa と命名したのである。

前述のやりとりにあるように、マリオンは美しいけれども知性のかけるもないモデル、すなわち〈マネキン〉として設定されている。しかし、そのことはドヴィマがそうであると



<sup>4)</sup> 「スーパーモデル」(supermodel) という言葉が最初に使われたのは1943年出版の、モデルになるためのハウトゥー本 (Clyde Matthew Dessner, *So You Want to Be a Model! The Art of Feminine Living*, 1943) だといわれている (『スーパーモデル』『ウィキペディア』)。世界最高峰の英語大辞典『オックスフォード英語辞典』(OED) は、「スーパーモデル」(“supermodel”) を “A highly successful fashion model who has attained the status of an international celebrity.” (『国際的な有名人の地位を獲得した大成功を取めたファッション・モデル』) と定義し、初出例として1967年3月21日付けの『ニューヨークタイムズ』紙 (1967 *N.Y. Times* 21 Mar. 47/4) からの英文を引用している。“Twiggy's favorite answer is 'I dunno', which seemed as good an answer as any to such press conference questions as, 'What's it like being a supermodel?'" (『ツイッギーのお気に入りの答えは《わかんなーい》で、この答えは記者会見での「スーパーモデルなのはどんな感じですか？」といった質問などに対して、最適の答えのように思えた』)

いうことではない。一説に、おつむの弱いモデルのマリオンを演じたドヴィマこそ、「空っぽ頭のブロンド」(vacuous blondes)という概念を不滅のものとしたと言われる(‘Dovima with the Elephants’)。次のような逸話である。彼女が〈ロケ撮影〉でエジプトに滞在していたとき、アフリカについて尋ねられてこう答えたという。「アフリカ? アフリカって何? ここはエジプトよ」。エジプトはアフリカにあるんだよと説明されて、「だったら二倍の金をもらわなきゃ!」。またそのエジプト撮影のときに、彼女は大きなトランクを持参していたので、中にはたっぷり衣装がいぎっしり詰まっているものと思っ、カメラマンのアヴェドンがその中味を尋ねると、彼女は「本」と答えた。本が読めなくなるのは申し訳ないと思ったアヴェドンの撮影は、トランクを運びながらのサハラ砂漠横断になってしまったが、後になってわかったことは、トランクの中味は彼女の漫画本だったというのである。これが前述のマギーとマリオンとのやりとり引用されていた逸話の出典である。

アヴェドンがファッション・モデルを撮るカメラマンであった頃、ドヴィマは彼の芸術的靈感源の源、すなわち詩心の女神〈ミューズ〉となり、二人は1950年代の伝説的なファッション写真のいくつかを、《ハーパーズ・バザー》<sup>5)</sup>に掲載した。ドヴィマのおかげでアヴェドンはファッション写真の巨匠となったのである。ドヴィマは正統派の美人である。彼女が世界有数のモデルの一人として、ファッション界を牽引した存在感のあるモデルであったことは、彼女が表紙は飾った《ハーパーズ・バザー》の数から見ても明ら

かである。ドヴィマの写真を表紙に印刷すれば、売上に効果があることは雑誌界では周知の事実であったわけである。カメラマンはアヴェドン、モデルはドヴィマとなった《ハーパーズ・バザー》の表紙の具体例は、本論の最後の【補遺: Iconic Photos of Dovima by Richard Avedon for Harper's Bazaar Cover】に示したとおりである(この補遺の作成に当たっては、‘Vintage Harper's Bazaar Covers by Richard Avedon’、及びその他のウェブページを活用した)。

映画『パリの恋人』では、アヴェドンは「スペシャル・ビジュアル・コンサルタント/タイトル背景」(Special Visual Consultant and Main Title Background)というスクリーン・クレジットを獲得しているように、映画の冒頭の「映画タイトル背景」(Movie Title Sequence)で用いられているのは、ドヴィマの表紙も含めて、彼のこれまでの代表作である。次の写真は、1956年、写真家のアヴェドン(右)、監督のスタンリー・ドローネン(中央)、プロダクション・マネージャーのハリー・キャプラン(Harry Caplan)の三人が、『パリの恋人』のメイン・タイトルで使用する写真の挿入について相談している場面である。そ



<sup>5)</sup> 1867年にアメリカ・ニューヨークに創刊された世界初のモード誌で、1930年代後半~1950年代にその編集デザインで大幅な飛躍を遂げた。

こには《ヴォーグ》誌の1951年6月号，モデルとしてドヴィマと人気を二分した「サニー」ハーネット（“Sunny” Harnett, 1924-87）と一緒に撮った1955年2月号，1955年11月号などが散見される。（巻末の補遺参照）

近年，1950年代におけるドヴィマの存在感を再確認させる研究書が刊行された。ファッション・ディレクターのPaula Reedとロンドンのデザイン博物館（Design Museum）が共同刊行したファッション研究の叢書 [シリーズ]，『XX年代を変えたファッションの顔50』である。「1950年代」版の表紙で使われる「顔」はドヴィマである。もちろん，その写真は『パリの恋人』からの宣伝用写真を加工したものである。



この叢書の「60年代」の「顔」はツイッギー（Twiggy, 1949-）——1966年にファッション業界の「顔」となり，わずか16歳で初の国際的なスーパーモデルになったイギリス出身のモデル。ツイッギーは1960年代のアイコンであった。身長167cm，体重41kg，バストはおおよそ77cmの16歳。これが60年代の理想のスタイルで，ツイッギーをはじめとした10代の若者たちが服装やメイクなどあらゆるトレンドを作り出したのである。「70年代」の「顔」

は，アメリカのファッション・デザイナー，ビル・ブラス（Bill Blass, 1922-2002）の着物を模したドレスを着る映画女優キャンデイス・バーゲン（Candice Bergen, 1946-）。「80年代」の「顔」は，ネオンカラーのレオタードにレギンス，そしてレッグウォーマーを纏ったアイコン的なエクササイズ姿のジェーン・フォンダ（Jane Fonda, 1988-）——二度のオスカー受賞歴を持つ映画女優で，気候変動や女性の権利を訴えるアクティビストである。そして「90年代」の「顔」は，ケイト・モス（Kate Moss, 1974-）——14歳のときにモデルになり，これまでに300冊以上の雑誌の表紙を飾ってきたイギリスのファッションモデル，長身と曲線美を有する当時の〈スーパーモデル〉らと対照的な1990年代の〈反スーパーモデル〉として活躍した女性である。このように，5つの表紙の「顔」からだけでも時代を代表する「ファッションの顔」が，スーパーモデルからセレブの映画女優へ，そして再びスーパーモデルへと推移したことが明らかになるのである。



ドヴィマが時代を代表する「顔」であったことの証拠は，彼女がファッションのスーパーモデルであっただけでなく，商品に好ましい印象を与える人物として広告・宣伝に起

用されるイメージ・キャラクター[ポスター・ガール]としても活躍したことである。次のポスターは、《ヴォーグ》(1955年2月号)に掲載されたアメリカの化粧品メーカー、レブロン社のメイクアップの有名な広告である。



Dovima with Revlon's Touch-and-Glow

また、ドヴィマは自動車メーカーのゼネラルモーターズが展開している高級車ブランドのキャデラックの広告にも登場する(《ヴォーグ》1956年2月号)。さらに、IMDb (=



Dovima in Christian Dior, Paris Salon, Cadillac Sedan de Ville

Internet Movie Database) によれば、彼女は俳優として *Funny Face* (1957), *The Man from U.N.C.L.E.* (1964) and *My Favorite Martian* (1963) の3作品にも出演している (“Dovima - IMDb”)

このドヴィマとは対照的に、映画『パリの恋人』の主人公のジョーは、そのユニークな顔立ち、知的な雰囲気、そして輝く個性によって、従来の美の概念を打ち破るトップモデルとなる。ファニー・フェイスのジョーとは対照的な存在、旧来型のモデルの典型として設定されているマリオン。確かに、ちょっと頭の弱いモデル役を演じたドヴィマではあるが、現代社会において〈狂気〉を演じられるのは〈理性〉だとしたら、〈痴性〉を演じられるのは〈知性〉であろう。映画『紳士は金髪がお好き』(*Gentlemen Prefer Blondes*, 1953)のなかで、マリリン・モンロー(Marilyn Monroe, 1926-62)扮するショー・ガールのローライが、「肝心なときには賢いのよ。殿方は嫌うけど」(I can be smart when it's important, but most men don't like it.) と言うとおりである。そしてドヴィマは賢さの持ち主



Dovima by Richard Avedon, 1956 ('120 Dovima by Avedon')

であるがゆえに、愚かさを演じて当時のトップモデルであり続けることができたのである。（すでに脚注4）で見たように、ツイギーも頭の弱いモデルの役を演じていたのである。）実際、その証拠として、ドヴィマは彼女の脆弱性を示す〈ファニー・フェイス〉のポートレートを残している。1956年にアヴェドンが撮影し、トリミング [= 写真の引き伸ばしや、焼き付けの際、原版の不要部分を除いて構図を決めること] された一枚の写真である。果たして彼女は知性のかけらもない痴的なモデルなのであるか。

アヴェドンは、ドヴィマを古代エジプトの王妃、ツタンカーメンの義母ネフェルティティ (Nefertiti) と比較した。ベルリン博物館にある謎多き胸像で著名な紀元前14世紀のエジプトの王妃である。

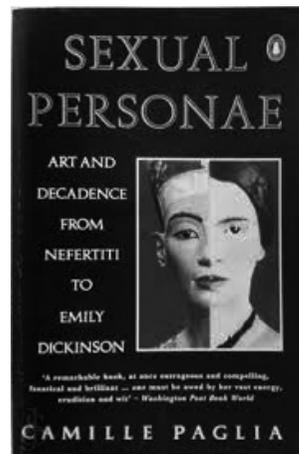


アヴェドンは、ドヴィマにネフェルティティ的なものを見出し、ドヴィマをエジプトに連れて行くと、彼女を「現代のフェルティティ」と仮託して〈ロケ撮影〉を実行した。



その結果が《ハーパーズ・バザー》(1951年6月号) での特集記事である。

ネフェルティティは、現代アメリカに生きる最も刺激的な女性研究者カミール・パーリア (Camille Paglia, 1947-) がその著書の「顔」として用いることで現代に甦った。すなわちパーリアは、19世紀のアメリカ女流詩人エミリー・ディキンソン (1830-86) とネフェルティティに共通項を見出し、永井豪原作の『マジンガーZ』(1972-74) の「あしゅら男爵」のように、二人の顔と合体させて表紙に使ったのである。パーリアの大ベストセラー、『性のペルソナ』(Sexual Personae: Art and Decadence from Nefertiti to Emily Dickinson, 1990) のペンギン版の表紙である。



興味深いのは、アヴェドンがドヴィマの顔との共通項を見出したネフェルティティの顔こそ、米国の高級ファッション雑誌《ヴォーグ》がオードリーの顔との共通項を見出していることである。次の写真はアヴェドンの撮影したオードリーのポートレートである。

《ヴォーグ》はオードリーをネフェルティティに比して次のように言う。

翼のような眉とエジプト王妃ネフェルティティの顔と首を持つこのスリムで愛らしい女性は、世界の恋人である。



This slim little person, with the winged eyebrows and Nefertiti head and throat, is the world's darling. (Paris 110)

オードリーの死 (Jan. 20, 1993) から三日後に掲載された『ニューヨーク・タイムズ』紙の「惜別：オードリー・ヘップバーンの完成」(Opinion: Audrey Hepburn's Perfection)にはオードリーの偉業として次のように記している。

What a burden she lifted from women! Here was proof that looking good need not be synonymous with looking bimbo. (Jan. 23, 1993, Section 1, Page 20)

オードリーは女性たちをどれほどの重圧から解放したことか。美人だと思われるためにもう頭が空っぽの女のふりをする必要はもうなくなったのだ。

裏を返せば、オードリー以前は美人の条件は“bimbo”であること、すなわち「頭が空っぽの女」のふりをする必要があったということである。「白痴美」、すなわち「整ってはいるが、表情に乏しい女の、一種の美しさ」(『広辞苑』)を良しとする抑圧的な文化があったのである。映画『パリの恋人』で、美女だと思われるために、虚像の〈痴〉を誇示

しなければならなかったドヴィマ。彼女の知性の欠如という汚名はすすがれなければならない。1955年に撮影された次の写真は限りなく素顔に近いドヴィマを撮した写真である。



Diana Vreeland, Dovima and Richard Avedon, 1955 ('120 Dovima by Avedon')

ここに写る<sup>うつ</sup>ドヴィマは、「天然」(=天然系/天然女子)でも「おバカ女子」でもない。彼女は真剣である。彼女の背後で眉を擡め、口をへの字に結んで、腕組みをして睨みつけている女性こそ映画『パリの恋人』でマギーのモデルとなったダイアナ・ヴリーランド(Diana Vreeland, 1903-89)である。《ハーパーズ・バザー》や《ヴォーグ》で活躍した伝説の編集者であり、ファッション界の重鎮で、後述するもう一人の《ヴォーグ》の恐るべき女性編集者アナ・ウィンター(Anna Wintour, 1949-)以上にファッション・アイコンとして常に注目を浴びる存在であった。その横でカメラのレンズを絞っているのが若き日のアヴェドンである。次に、そのアヴェドンが「スペシャル・ビジュアル・コンサルタント」として映画制作に参加した『パリの恋人』のヒロイン、〈ファニー・フェイス〉であったドヴィマに勝るとも劣らないもう一人の〈ファ

ニー・フェイス）、映画のヒロインを演じたオードリーの「おかしな顔」について見ていきたい。

## § 6. 「おかしな顔」のトップモデル

前述のように、60年代、ジヴァンシイをはじめとして、パリのファッション業界は、ブレタポルテ（既製服）の店を開き、オートクチュール（特注の仕立て服）のデザインを世界に広めることになった。そして誰でもお金をかけなくても〈おしゃれ〉が楽しめる、言わば〈おしゃれ〉の大衆化が進んだのである。〈おしゃれ〉の大衆化は、実はファッション・モデルの大衆化でもあった。ドヴィマのような究極のエレガンスと美貌を兼ね備えた絶世の美女（スーパーモデル）から隣に住んでいそうな感じの女の子であるオードリーへの変化、すなわちファッション・モデルの標準が「マネキン」から「映画女優」への変化でもあった。

映画『パリの恋人』の原題は*Funny Face*——直訳すれば「変わった顔／おかしな顔」であり、ファッション・モデルとは異質な顔になる。欧米で伝統的に美人とされてきたのは金髪碧眼。鼻筋が通っていて、顎も尖っているほうが良いとされ、ジョーのファニー・フェイスは、モデル業界の女性たち、「マネキン」と呼ばれたチャームスクールで磨き上げたタイプの女たちとは異なるのである。

映画『パリの恋人』のタイトルの由来は、次のようになる。MGMのプロデューサーのロジャー・イーデンズ（1905-70）が、たまたま脚本家のレナード・ガーシュが、ブロードウェイの舞台のために書いた台本『結婚式の鐘』（*Wedding Bells*）にある一行、ヒロインの“I think my face is perfectly funny.”という台詞を目にしたとき、舞台で用いたガーシュウィン兄弟の歌、“Funny Face”も使うべ

きだと提案し、それが映画のタイトルにもなったのである（“Obituaries: Leonard Gershe.”）。

映画にはこの表現が二回出てくる。最初は《クオリティ》誌の編集長のオフィスでの場面。編集長のマギー、ファッション・カメラマンのディック、そして副編集長らしきドヴィッチの三人の間でのやり取りである。

**Maggie Prescott:** I think her face is perfectly funny. *The Quality Woman* must have grace, elegance and pizzazz.

**Dick Avery:** This is the first time I've ever seen you lack imagination. Every girl on every page of *Quality* has grace, elegance, and pizzazz. Now, what's wrong with bringing out a girl who has character, spirit, and intelligence?

**Dovitch:** That certainly would be novel in a fashion magazine. (Underlined mine)

**マギー** 見てよ、おかしな顔だわ。《クオリティ》は優雅で品があって魅力的じゃなくちゃ。

**ディック** 君ご自慢の想像力はどこへいっちゃったんだよ。《クオリティ》のモデルの子はどの子も優雅で品があって魅力的だ。だから足りない要素を加える——個性と自我と知性だ。

**ドビッチ** ファッション誌に革命を起こすってわけだ。

そして、カメラマンのディックが二人の編集者に提示するのは次の写真。殺風景な本屋で



店番をするジョーとマネキンの典型とされるマリオン。マネキンとは一線を画するジョーのファニー・フェイスに魅力を感じたディックはジョーの写真を拡大する。

ジョーのファニー・フェイスは注目に値する。形はやや四角形、黒に近い髪、しかしインパクトのある大きな目、その黒い大きな瞳には生気があふれ、太い眉には意志がみなぎり、大きな口には明るさがはじける。その〈おかしな顔〉について、ジョー本人とディックが以下のやり取りをする。それが“funny face”という表現が出てくる二回目の場面である。

**Jo Stockton:** How could I be a model? I have no illusions about my looks. I think my face looks funny.

**Dick Avery:** That what Maggie said.

**Jo Stockton:** I have to admit it, but she's right.

**Dick Avery:** But what you call funny, I call it interesting.

**Jo Stockton:** It's ridiculous even to think about. I couldn't do it.

**Dick Avery:** Let me be the judge about that. I wouldn't take you to Paris if I didn't think you'd work out. (Underlined mine)

ジョー モデルなんかできるわけないわ。自分でよくわかってる。おかしな顔だって

ディック マギーもそう言った。

ジョー 反論したいけど、できないわ。

ディック おかしな顔。そこが魅力なんだ。

ジョー ちょっと真剣に考えればわかることだわ。モデルなんて無理よ。

ディック それは僕が決める。無理だと思ったらパリまで連れて行かないよ。

ここでディックの言う「魅力的な」(interesting)

という表現には、ジョーの「おかしな顔」は、未だ商品化もマニュアル化も模倣もされていない新商品であるという経済原則の意味も込められているだろう。「顔はファッションだ。ファッションを語るとモードになる」というのは、東京モード学園の有名なテレビCMであったが、古来、「顔」はファッションなのである。ジョーの顔写真は、〈おかしな顔〉としてディックにより手を加えられる。ジョーの顔写真はトリミングされ、色づけされる。換言すれば、フェティシズムの対象となるべく、切断されて、断片化され、ファッション写真に加工されるのである。ファッションという語の語源“factio”（作ること／形作ること）のラテン語が示唆するように、自然のありのままの姿を写し出しているようで、すべては構築でさまざまに仮構／加工されているのである。



映画の決定的場面、視覚的に特別な印象を残す場面の一つは、ジョーの顔が「ネガ」から「ポジ」に変わる瞬間である。それは、カメラマンのディックの暗室で、トリミングされ、加工されたジョーの顔写真がネガ（陰画）から現像され浮かび上がってくる瞬間である。そこではオーディリー自身が気にしていた

彼女の「四角い顔」（“square face”；Wills, *Audrey: The 60s* 47）は完全にトリミングされていた。



真っ赤なライトの暗室で、ディックがジョーに向かって、「僕は君のファニー・フェイスが好きだ」と歌う表題曲「ファニー・フェイス」（“Funny Face”）の歌詞には次のようである。

I love your funny face.  
Your sunny, funny face.  
Though you're a cutie with more than beauty.  
You've got a lot of personality for me.  
(Underlined mine)

僕は君のファニー・フェイスが大好きだ  
君の晴れたファニー・フェイス  
美しさ以上にキュートな君だけど  
君は僕にとってたくさんの個性を持っている

ディックはジョーの個性的な顔立ちを絶賛するが、ジョーの顔では目がすべてである。雌鹿のような目と、それを引き立てる貴族のように高い頬。逆説的 [パラドキシカル] であるが、トリミングは被写体に無限の広がりを与えるのである。トリミングされて、拡大画像となったジョーの顔写真は、コレクション（新作発表会）の宣伝用ポスターに使われることになる。



The First of the Movie Title Sequence

現在、ピンク色に着色された彼女の写真は映画のサントラ版CDジャケットにも使用されている。トリミングと色彩調整の技法は、前述の「オードリーの《パリ八景》」の一連のシークエンスでも見たように、シャッターを切った瞬間に動きを止め、その映像を分解写真にしたり、さまざまに配色するなどして、その特殊効果は最大限に利用されていた。ジョーの顔をピンクに染め上げるこの色彩操作は巧みで見事としか言う他ない。



CD Jacket of Original Soundtrack

エラの張った四角い輪郭や、雌鹿のような大きな目を最大の特徴とするジョーの顔立ちは、それまでの美の基準からすれば、ファッション・モデルとしてはネガティブであったものが、カメラマンやデザイナーによって、

新しいモデル顔としてポジティブなものに読み替えられて、ジョーは実際にファッション業界のトップモデルへと作り上げられていく。「ネガ」とされていたものが「ポジ」になる。観客に従来の〈美〉の基準の変化を迫るわけである。

オードリーの「顔」について、『マイ・フェア・レディ』でアカデミー衣装デザイン賞を受賞したセシル・ビートン(1904-80)は、イタリア人画家モジリアニ(1884-1920)の一種の哀愁を帯びた首の長い人物画に潜む魅力を発見する。

No one can doubt that Audrey Hepburn's appearance succeeds because it embodies the spirit of today. Audrey Hepburn has enormous heron's eyes and dark eyebrows slanted toward the Far East. Her facial features show character rather than prettiness: the bridge of the nose seems almost too narrow to carry its length, which bares into a globular tip with nostrils startlingly like a duck's bill. Her mouth is wide, with a cleft under the lower lip too deep for classical beauty, and the delicate chin appears even smaller by contrast with the exaggerated width of her jaw bones. Seen at the full, the outline of her face is perhaps too square; yet she intuitively tilts her head with a restless and perky asymmetry. She is like a portrait by Modigliani where the various distortions are not only interesting in themselves but make a completely satisfying composite. (Wills, *Audrey: The 50s* 132)

オードリーの成功は、彼女の容姿がいつも時代感覚を体現していることに疑問を抱く者はいないだろう。くりくりとした大きな鷹さぎのような目と、いくらか上向き

の褐色の太い眉毛は極東に傾いている。オードリーの顔の作りは美しさよりも個性を表している。鼻梁は細すぎて鼻の長さを支えきれないかのように先が丸みを帯び、鼻翼はアヒルの口ばしのように見える。口は古典的な美の基準に照らし合わせれば横に大き過ぎ、唇の下の窪みは深すぎると言える。繊細な顎の先は小さく、誇張されたような広めの顎骨とは対照的だ。客観的に見れば、顔の輪郭はおそらくエラの張った四角い顔ということになる。だが、彼女は直観的に首を傾げるので、澁刺とした非対称性が浮かび上がってくる。彼女はモジリアニの肖像画のようだ。その顔や肉体にある多彩なゆがみが興味深いだけでなく、それらが完璧に構成されているのだ。

映画『パリの恋人』は、主人公のジョーにハリウッド映画における「<sup>ハッピー・エンディング</sup>幸福な結末」を用意する。カメラマンのディックとのすれ違いがあるが、やがて二人はパリ郊外の教会、コイ・ラ・フォレの「白の女王の城」(Castle of the White Queen)でゴールインというシンデレラ・ストーリーの結末を迎える。ディックは、『パリ八景』のグラビア写真の撮影終了後、ジョーが共感主義の教授の許へ去ったものと思ひ込み、独り寂しくアメリカに戻ることにするが、すんでのところ彼女が教授の魔の手を撥ねつけたことを知り、彼女を捜し求めてパリじゅうを走り回る。結局、彼女を見つけた場所はグラビア写真の撮影時、二人が「彼は愛してる、彼女も愛してる」(“He Loves and She Loves”)に合わせて踊った教会であったわけである。こうして本物の美と知性を兼ね備えた〈ミス・クオリティ〉は誕生し、めでたく二人は結ばれることになる。二人が「ス・ワンダフル」(“S Wonderful”)を歌いながら、筏に乗って静かに流れていく。

殺風景な本屋の店番であった少女がステップアップのための職業の選択肢として華やかなファッションモデルという職業を得る。そして最後に迎えるのはカメラマンとの結婚という結末である。現実のオートクチュールのコレクション（新作発表会）での最後の出し物となるアイテムはいつも決まってウェディング・ドレスであることを思えば、映画の最後の花嫁姿のジョーというのはいかにも予定調和的な筋書きである。最後の場面、川に浮いた筏の上で踊る結末が観客に期待させるのは幸福な二人の行く末である。畢竟、映画は、ニューヨークの古びた本屋で働く文学少女であった少女が、自分の才能を開花させながら、結局は富裕な中産階級の男と結婚するまでの過程を描いた結婚ロマンス、現代のシンデレラ・ストーリーなのである。シンデレラ・ストーリーとは、貧しい少女が支配者階級から男性に配偶者として求愛される物語の謂で、『パリの恋人』ではヒロインは、相手の男性のヒーローの花嫁にふさわしい存在となるべく、教養やファッション感覚などの訓練を受けて、モデルとして文化的本能を身につけていくのである。



しかし、映画の最終画面に出てくるのは、いつもの“The End”というエンドマークではなく、配給会社、パラマウント映画のロゴ（1957年版）である。



Paramount Pictures Closing Logo (1957)

このロゴが示唆するのは、この映画の結末が従来のハリウッド型ラブロマンスの結末ではないということである。ジョーは、ジェンダー差別によって、結婚というかたちで「家庭」に組み込まれることはないだろう。確かに映画『パリの恋人』はヒロインに結婚という「幸福な結末」を用意する。なぜならハリウッドの価値観では、家庭こそ女性にとって、外敵から守られた安心と安全の空間、一種のユートピア空間だからである。オードリー映画に共通する特徴の第一の〈変身〉、第二の〈都市〉に続く、第三の特徴は〈開かれた終わり〉(open-endedness)である。物語はヒロインの結婚という一応のハッピー・エンディングは提示されるが、後は読者の想像に委ねられる。観客次第で物語の結末はいくらでも変更可能で、そもそも人生が未知のオープン・エンディングであることを考えれば、この「開かれた終わり」こそ自由を謳歌するオードリー映画にふさわしいと言える。

映画『パリの恋人』のベースになった物語は、前述のように、脚本家のレナード・ガーシュが1951年にブロードウェイ・ミュージカルのために書いたオリジナル・ストーリーを改作したもので、その内容はガーシュの親しかった友人のアヴェドンの半生をもとに書いたラブコメディであった。この「ミュージカルにはうってつけのアイデア——ファッション業界とファッション・カメラマンとモデルに



Richard Avedon and his wife Evelyn Franklin (1955)

はなりたくないモデルについての話」(“What a glorious idea for a musical – the fashion world, a fashion photographer, and a model who doesn’t want to be a model.” ‘Obituaries: Leonard Gershe.’), すなわちアヴェドンの「エレガンスと知性を兼ね備えたモデル捜し」(“his search for a model embodying elegance and intelligence,” Paris 126) の実話がたまかな下敷きになっている。ファッション・カメラマンのアヴェドンは、1951年、身を飾ることに無関心だったイヴリン・フラクリン (Evelyn Franklin, 1925-2004) を発見し、彼女をモデルに育て、そして結婚したのである。写真はそのアヴェドン夫妻である。撮影したのは写真家セシル・ビートンである。

実際、このアヴェドンこそ、映画『パリの恋人』の〈影の主役〉である。カメラマンとしてのアヴェドンのキャリアは、映画脚本のヒントを提供しただけでなく、映画の〈ヴィジュアル・コンサルタント〉としても彼はロケ写真の撮影も担当したのであるから。次の写真は「オードリーの《パリ八景》」の一つ、パリの撮影現場のチュイルリー公園での現場風景をとらえた写真で、アヴェドンの背後に

立つのはアヴェドンをモデルにしたファッション・カメラマンのディックを演じたフレッド・アステアである。



Richard Avedon at the Tuileries Gardens, Paris, 1956

映画『パリの恋人』は自立しようとするインテリ女性、すなわち「考える女」という新しい女性のイメージを提示してきた。すなわち、ジョーが知性と美を兼ね備えた新しい時代の女性像、〈ミス・クオリティ〉として選ばれたのは、彼女がインテリで、〈ファニー・フェイス〉と称される顔の持ち主だからである。しかし、ハリウッド映画における「結末」の鉄則として、ヒロインの人生に新しい可能性を前景化しておきながらも、ジョーは最終的には家父長社会を生き残るために、結婚というかたちで「家庭」に組み込まれる。結局、彼女も男性の陰に隠れるべき添え物として扱われることになるのか。彼女には従来の「家庭婦人」に代替する新しいロールモデル、考え方や言動、キャリアなどが手本となる人物はいないのだろうか。

実は、映画『パリの恋人』には、その冒頭から結末に至るまで、始終、その存在感で観客に強烈なインパクトを与えてきた人物が配

置されている。その人物とは《クオリティ》誌のマニアックな女性編集者マギーに他ならない。マギーに感化されたジョーは、職業婦人として社会に進出し、自己の運命をみずから切り拓いて行かろう。それでは、実際にジョーが歩むことになる道はどんあものになるのだろうか。換言すれば、ジョーに感化を当たるマギーはほんとうはどんな女性なのだろうか。それを理解するにはマギーのモデルとなった人物について理解するに如くはない。すなわち、マギーのモデルとなった才気煥発の女性編集長、『ハーパーズ・バザー』や『ヴォーグ』の編集者であったダイアナ・ヴリーランドの生き方、ファッション・エディターの人生を理解することである。前掲の写真、ドヴィマの背後で眉を擧め、口をへの字に結んで、腕組みをして睨みつけている女性である。

伝説のファッションニスタのダイアナ・ヴリーランドは言った。「ファッションは時代と共に変化する。革命の近づく足音も感じるわ。ファッションは全てを教えてくれるの」(“Fashion is part of the daily air and it changes all the time, with all the events. You can even see the approaching of a revolution in clothes. You can see and feel everything in clothes.”)／映画『ダイアナ・ヴリーランド 伝説のファッションニスタ』*Diana Vreeland: The Eye Has To Travel*, 2011)。事実、彼女こそ、女優のバーバラ・ストライサンド (Barbra Streisand, 1942-) をパリに送り込み、《ヴォーグ》(1966年3月号)の特集記事「パリ・コレ」のバーバラ・ストライサンド」(Barbra Streisand at the Paris Collections)で、その長い鼻を褒め、チャームポイントにしてしまった天才編集者であった。20世紀のファッション界に多大な影響を与えたヴリーランドについての考察は別項に譲るとして、以下、ダイアナ・ヴリーランド

を彷彿とさせる現代のカリスマ女性編集長、《ヴォーグ》のファッション・エディター、アナ・ウィンター (Anna Wintour, 1949-) について考察してみたい。



Cover of *The Vogue Magazine* (March 1966)

## § 7. 新しい時代のロールモデル：ファッション・リーダー

ラブ・コメディの特徴として、その背骨には異なる社会背景を持った男女の出会いがある。オードリー映画の場合、その特徴は二人の間には階級／知識／貧富の差がある以上に年齢差があることである。映画の途中でヒロインは、俄然、自分が目の前にいる年長の男性を愛していることに痛感する。その一方、最初は彼女に無関心であった男の心のうちも制御できない恋心が芽生え、女からの恋のアタックを甘受することになる。ラブコメが謳歌しているのは、恋愛喜劇における鉄則である「価値観の転倒」であり、そこにはミハイル・バフチン (1895-1975) が指摘したカーニバルにおける価値倒錯の世界に似たものがある。愛の女神ヴィーナスが主宰する〈恋愛〉という祝祭空間においては、すべての者が彼女の息子キューピッドの前では無力

で、キューピッドを仲立ちにすれば、階級や年齢や貧富の差を超えて、男女が平等であるというファンタジーも現実のものとなる。

ジョーは、グラビア写真の撮影とコレクションのためのパリに行くことに同意する。ここで確認すべきは、前述のように、かび臭い本屋の店番からのステップアップするための働く女性の選択肢としてファッション・モデルという職業が設定されていることである。最初はファッションには全然興味のない少女も、パリでグラビア写真を撮影し、新作発表会のための準備をするうちに本物のモデルとなっていく。実は、ジョーの選択したファッション・モデルこそ、『パリの恋人』の公開二年後の1959年、バービー人形 (Barbie Doll) が世界に初登場したときに想定された職業であった。バービー人形は社会における女性の地位を反映するとされるが、1990年の『ハーパーズ・マガジン』8月号 (*Harper's Magazine*, August, 1990) に掲載された“Zeitgeist Barbie”によれば、バービーが就く地位 (Positions Held) は、60年代にはバレリーナ、スチュワーデス、70年代には医師、オリンピック選手、80年代にはエアロビクスのインストラクター、ニュースレポーター、企業の重役へと変化している。

- 1959-現在 ファッション・モデル
- 1961-現在 バレリーナ
- 1961-64 スチュワーデス (アメリカン航空)
- 1964 看護婦助手として働く10代のボランティア
- 1965 教師
- 1965 ファッション編集者
- 1966 スチュワーデス (パンアメリカン航空)
- 1973-75 客室乗務員 (アメリカン航空)
- 1973-現在 医師

- 1976 オリンピック選手
- 1984 エアロビクスのインストラクター
- 1985 テレビのニュース記者
- 1985 ファッションデザイナー
- 1985 企業幹部/会社重役
- 1988 香水デザイナー
- 1989-現在 動物愛護ボランティア (Urla 283)

バービー人形が初登場したのは1959年3月9日のニューヨークの国際玩具フェア。彼女の本名はバーバラ・ミリセント・ロバーツ (Barbara Millicent Roberts)。職業はファッション・モデルで年齢は17歳。「バービー」という名前はメーカーのマテル社の創業者の娘の愛称に由来する。その公式サイト「バービー | Barbie 世界で人気のファッションドール」には次のような広告文が躍る。

#### YOU CAN BE ANYTHING

2019年にデビュー60周年を迎えた世界一有名なファッションドール「バービー」は、1959年のデビュー以来、女性を取り巻く環境の変化を映して来ました。バービーは、ファッションだけではなく、多様性“ダイバーシティ”(性別、人種、職業、体型など)を表現し、未来に向かって自分らしく進んでいく女性とともに歩んでいます。(https://mattel.co.jp/toys/barbie/)

換言すれば、映画『パリの恋人』が公開された50年代後半以降、ファッションは未来志向の女性の象徴的存在だったわけである。

新しい時代の女性は仕事と家庭生活のバランスを巧みに取り、結婚後も仕事を続ける。「バービー人形」から遅れること、8年後の1967年、日本の玩具メーカーのタカラが発表したのが「リカちゃん人形」(本名:香山リカ)、小学5年生の着せ替え人形である。彼女の母親の香山織江は「バービー人形」の進

化型である。職業はファッション・デザイナーで、夫の香山ピエールはフランス人の音楽家で世界各地を演奏旅行中。リカちゃんの下に双子（ミキちゃん・マキちゃん）と三つ子の赤ちゃん（かこちゃん・みくちゃん・げんくん）、そしてペットのプリンちゃんがいる。パパやママがいないバービーとは対照的に、リカちゃん一家は家族の絆を人間関係の中核としている。キャリアウーマン（専門分野で就労する女性／専門的な職務遂行能力を生かして長期に仕事に就く女性）という呼称は、女性がキャリアを持つことを特別視する言葉でもあるため、現在ではあまり使われなくなった呼称であるが、香山織江はまさしくその先駆けであった。

香山織江は虚構の世界に生きる人物であるが、現実の世界にも彼女に匹敵する人物がいる。その人物とは、2006年の20世紀フォックス映画『プラダを着た悪魔』<sup>6)</sup>のモデルと言われるファッション業界のカリスマ女性編集長アナ・ウィンター（1949-）である。彼女を紹介したのが2009年製作のドキュメンタリー映画、『ファッションが教えてくれること』（原題は『九月号』*The September Issue*）である。ニューヨークのタイムズ・スクエア4番地、コンテナスト・ビルディングの12階にあるアメリカ版《ヴォーグ》のオフィスが主な舞台となる。カメラは、ファッション界

でのバイブルとも言われるアメリカ版《ヴォーグ》の特大号（原題の『九月号』のこと）の制作舞台裏に潜入する。そこに映し出されるのはファッション産業という文化装置を形成するデザイナーやマスコミ、ファッション・ショー、カメラマンやモデル、そして彼らがPRするメディア（ファッション雑誌）である。アナ・ウィンターの実像と成功の秘密に迫るドキュメンタリー映像は、仕事と真摯に向き合い働くことに喜びを見出す女性の姿を活写すると同時に、彼女の私生活の一面も描き出す。実の娘キャサリン（Beeとして知られる）との語らいの場面や、彼女が親兄弟について語る映像は、カリスマ編集長のもう一つの側面を表現する——一種の「女性エンパワーメント」映画である。アナ・ウィンターは結婚も離婚も経験し、2017年、ファッションに貢献したとして、エリザベス女王から男性の「ナイト」にあたる大英帝国勲章「デーム」の称号が与えられた。

新しい時代の女性にとって、仕事と人生の幸せの二者は不可分の関係にある。ファッションとしての職業を、ファッション界を刺激し続ける女神の一人であるアナ・ウィンターは映画『ファッションが教えてくれること』（日本での公開時の邦題）の冒頭で次のように説明する。

I think what I often see is that people are frightened of fashion, and that because it scares them or it makes them feel insecure, they put it down. On the whole, people that say demeaning things about our world, I think that's usually because they feel in some ways excluded or, you know, not part of the cool group. So, as a result, they just mock it. Just because you like to put on a beautiful Carolina Herrera dress or, I don't know, a pair of J BRAND blue jeans that, you know,

<sup>6)</sup> 原題は『プラダを着た悪魔』（*The Devil Wears Prada*）。華やかなファッション業界を舞台に、ヒロインのアンドレア（通称アンディ）が鬼編集長のもとで経験を積み、自分の生きる道を探し出していく成長物語。〈おしゃれ〉に全く興味のなかったヒロインが、徐々に洗練され、素敵なキャリアウーマンに成長していく、その生き様に多くの女性たちは憧れ、仕事と恋に悩む姿に共感するストーリーの映画である。これこそが、いわば時代にマッチした21世紀版の『パリの恋人』である。この映画は、アメリカ版《ヴォーグ》の実在の編集者、アナ・ウィンターをモデルにしたローレンス・ワイズバーガー（1977-）の2003年の実話小説が元になっているとされる。

instead of something basic from K-Mart, it doesn't mean that you're a dumb person. There is something about fashion that can make people very nervous. (*The September Issue*, 2009)

ファッションのことを恐れる人は大勢いると思う。不安を感じるからこそけなしてしまう。ファッションについて悪く言う人たちは——恐れや不安の裏返しなのね。自分がクールなグループに属していないと感じて——軽蔑したり無視したりする。たとえば——キャロライナ・ヘレナやすばらしいドレスや、J BRANDのジーンズを履いたからって——その人が軽薄だと言うことじゃないのに。ファッションの“何か”が——人々を動揺させるのね。

アナ・ウィンターによれば、「ファッションが教えてくれること」——それは人生に欠かせないもの、彼女を輝かせてくれるものなのである。

仕事と家庭のバランスの統合に成功しているのはアナ・ウィンターだけではない。18歳でモデルとしてキャリアをスタートさせ、その後はスタイリストに転身して活躍、そして2001年からはフランス版『ヴォーグ』誌の編集長に就任して大成功を収めたファッション界のカリスマ“マドモアゼルC”ことカリーヌ・ロワトフェルド (Carine Roitfeld, 1955-) がいる。彼女も、世界中のセレブを魅了し、ファッション界のミューズとして輝き続けるが、家庭生活によって人生のバランスと安定感を手に入れている。彼女は語る。「家族がいる私はとても恵まれてる。仕事、人生の幸せ。夢を叶えるヒントがここにある」(映画『マドモアゼルC ファッションに愛されたミューズ』*MADMOISELLE C*, 2013) と。また、イタリアのファッションデザイナー、ド

ナテラ・ヴェルサーチ (Donatella Versace, 1955-) もインタビュアーの「あなたの人生の最大の功績は？」(“What is your greatest achievement?”) という質問に、「子どもたち」(“My children.” / 映画『ハウス・オブ・ヴェルサーチ～モードの王国を甦らせた女～/ マダム・ヴェルサーチ』*House of Versace*, 2013) と即答する。

キャリアウーマンという呼称は1970年代頃からよく使われるようになった言葉である。そして「ワーク・ライフ・バランス」(仕事と生活を調和させること) の概念は、1980年代後半にアメリカで生まれたといわれている。優れたキャリア・ウーマンは、時代とは無関係に、ワーク・ライフ・バランスを実現する女性である。なぜなら仕事と私生活の両方を充実させることが相互に良い効果を生み出すのであるから。

## § 8. むすびに

映画『パリの恋人』は、ファッションを通してなりたい自分になっていくヒロインの自己成型 (self-fashioning) の物語である。オードリー映画のヒロインたちは、変身の手段として、髪を切り、以前とは違う衣服を着て、新たな役割を演じ、自分自身をプロデュースする。変身はファッションによってもたらされるのである。それは服装のみならず、新しい生き方や考え方・言動への変化でもある。『麗しのサブリナ』(1954) では、ヒロインのサブリナはパリから淑女となって帰国する。オールブラックのパリジェンヌ・ルックに身を包んだその容姿は、遊び人のデイヴィッドでさえ気がつかないほどの変貌ぶりである。彼女はもはや木蔭から大富豪ララビー家のパーティの模様を覗き見る不器用なポニーテールの少女ではない。

衣服を選び取ることは社会的関係を選び取

ることでもある。普通の女の子になりたいと願う『ローマの休日』（1953）のアン王女は、ショートカットと白いブラウス姿に装いを変えること、すなわちファッションを通して自分の欲望を実現する。そしてオードリー映画によって、〈オードリー・ファッション〉は観客の関心の的となり、そのイメージは商品化され、多くのメディアに引用され、模倣と大量生産が可能なファッションとして定着する。換言すれば、世界の多くの女性たちに広く横領／模倣されてきた映画のなかの〈オードリー・ファッション〉が作り出すイメージは、ある意味で〈新しい女性の創造<sup>7)</sup>〉を実現したわけである。

映画『パリの恋人』は、ファッションとはおよそ縁のないグリニッチヴィレッジの〈本の虫〉だった女の子がパリのオートクチュールのトップモデルに変身していく物語である。たまたまファッション雑誌のイメージキャラクターとなったヒロインの物語は、もともと女優志願ではなく、生活費を稼ぐためにモデルやダンサーをするなかで、たまたま映画人に見いだされて世界的スターになったオードリー自身と重なる。

以下、本稿のむすびとして、〈オードリー・ルック〉（the Audrey look）、彼女の「顔」をめぐる映画／ファッション関係者の言説を紹介したい。

生涯にわたって、カメラを通して女優オードリーのキャリアを追っただけでなく、『パリの恋人』ではオードリーの魅力を全開したリチャード・アヴェドンは謙虚に次のように言う。映画にモニタージュ技法などを駆使した華やかな映像プロデューサーの言葉として

<sup>7)</sup> アメリカのフェミニスト作家、ベティー・フリーダン（Betty Friedan, 1921-2006）の著書、1970年代の女性解放運動を代表する *The Feminine Mystique*（1963）の邦題——『新しい女性の創造』（三浦富美子訳、大和書房、2004）——である。

は意外なコメントである。

I am, and forever will be, devastated by the gift of Audrey Hepburn before my camera. I cannot lift her to greater heights. She is already there. I can only record. I cannot interpret her. There is no going further than who she is. She has achieved in herself her ultimate portrait. (Wills, *Audrey: The 60s* 148)

私は今も、これからも、カメラの前のオードリー・ヘップバーンの才能には圧倒されるしかないだろう。彼女をより美しく撮ることなどできない。彼女はすでにそこに存在し、私はただ記録するだけだ。オードリー・ヘップバーンを解釈することなどできない。彼女はありのままでもよく、それ以上に見せる必要はないのだ。彼女は自分自身のなかに究極の肖像を完成させていた。

映画監督のスタンリー・ドーネンは、オードリーの存在そのものを絶賛する。

The first time I saw Audrey Hepburn was in *Roman Holiday*. There have only been a few first in my life that have rattled me so much—the first time I saw Fred Astaire, the first time I saw Marlon Brando. It was obvious to me that she was going to join a group into which a few artists are admitted. (Wills, *Audrey: The 60s* 85)

私は『ローマの休日』で初めてオードリー・ヘップバーンという女優を見た。初めての出会いであれほど心騒ぐのも滅多にないことだ——最初にフレッド・アステアやマーロン・ブランドを見たときと同じだ。私にとっては、間違いなく彼女はこうした数少ない芸術家のひとりに数えられる。

イギリスの写真家、アンソニー・ボーシャ

ン (1918-57) は言う。

I couldn't quite fathom that she was real. There were so many paradoxes in that face. Darkness and purity; depth and youth; stillness and animation. She had a fresh look, a healthy that was ethereal. (Wills, *Audrey: The 60s* 32)

彼女は現実の人間とは思えなかった。パラドックスに満ちたあの顔。翳りがあるのに純粹。思慮深いが若々しい。落ち着

きがあるのに活気に溢れている。常に新鮮な表情を見せてくれ、この世のものとは思えない美しさだった。

オードリーの「顔」について、スペイン生まれのイギリスのデザイナーのマノロ・ブランク (1942-) は次のように予言した。

The imprint of Miss Hepburn is absolutely, totally present. Like it or not, she will be the most important look of the twentieth century. (Wills, *Audrey: The 60s* 152)

【補遺】 Iconic Photos of Dovima by Richard Avedon for *Harper's Bazaar* Cover



(November 1950)



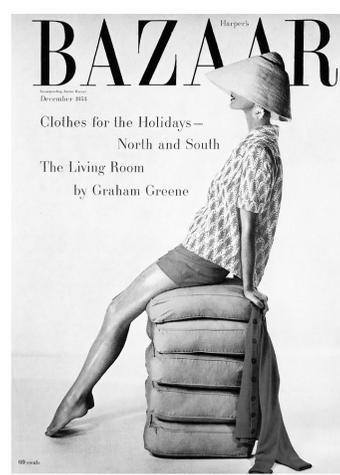
(January 1951)



(June 1951)



(February 1952)



(December 1953)



(February 1955)

映画『パリの恋人』における三位一体（楚輪 松人）

ミス・ヘップバーンの顔は圧倒的で、さわめて現代的である。好むと好まざるとにかかわらず、彼女は20世紀でもっとも重要な“顔”になるだろう。

最後に、オードリー自身は自分の「顔」について、次のような言葉を残している。

I am not beautiful. My mother once called me the “ugly duckling.” But, listed and separately, I have a few good features.  
(Wills, *Audrey: The 60s* 166)

私は美人ではありません。あるとき母は私のことを“醜いアヒルの子”と呼びました。でも、そういうこととは別に、私にはいくつかの良い点もあると思っています。

彼女は自分をどう見せたいか、どうすれば一番よく見えるかを知っていたのである。



(August 1955)



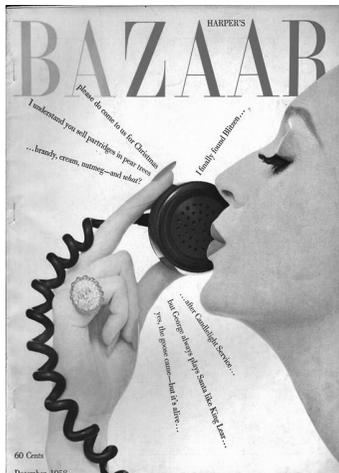
(October 1955)



(November 1955)



(February 1957)



(December 1958)



(December 1959)

## Works Cited

- Avedon, Richard. *Avedon Photographs: 1947-1977. With an Essay by Harold Brodkey*. Farrar Straus & Giroux, 1978. (邦訳, リチャード・アヴェドン. 『ザ・ファッション 1947-1977 アベドン写真集』東京: 集英社, 1978)
- Blackman, Cally. *100 Years of Fashion*. Laurence King Publishing, 2012.
- 'Cartier: The Panthère C de Cartier Bag' <<https://www.cartier.jp/ja/商品カテゴリー/レザーグッズ&小物/レザーグッズ/panthere-de-cartier.html>>
- Laverty, Christopher. *Fashion in Film*. Laurence King Publishing, 2016 (邦訳, キャリー・ブラックマン. 『ウイメンズウェア100年史』桜井真砂美訳, トゥーヴァージンズ, 2020).
- 'Dovima with the Elephants.' *Iconic Photos: Famous, Infamous and Iconic Photos*. May 16, 2009 <<https://iconicphotos.wordpress.com/2009/05/16/dovima-with/>>
- Frye, Northrop. *Anatomy of Criticism: Four Essays*. Princeton UP, 1957 (邦訳, ノースロップ・フライ 『批評の解剖』東京: 法政大学出版局, 1980).
- MOLLSABIGIAL, 'An analysis of "Dovima with Elephants" 1955.' (15 Nov., 2018) *Molls Media Blog: All things media and photography!* <<https://mollsmedia.wordpress.com/2018/11/15/an-analysis-of-dovima-with-elephants-1955/>>
- Moseley, Rachel. *Growing Up with Audrey Hepburn: Text, Audience, Resonance (Inside Popular Film)*. Manchester UP, 2003 (邦訳, レイチェル・モーズリー 『オードリーの魅力をさぐる—真の女性らしさとは』黒川由美訳, 東京: 東京書籍, 2005).
- 'Obituaries: Leonard Gershe.' *The Independent* (22 March, 2002) <<https://www.independent.co.uk/news/obituaries/leonard-gershe-9162087.html>>
- '120. Dovima by Avedon.' *Keup-My Favourite Things*. <<https://keup.wordpress.com/2020/04/05/120--dovima-by-avedon/>>
- Opinion Audrey Hepburn's Perfection Jan. 23, 1993 <<https://www.nytimes.com/1993/01/23/opinion/audrey-hepburn-s-perfection.html>>
- Paglia, Camille. *Sexual Personae: Art and Decadence from Nefertiti to Emily Dickinson*. Yale UP, 1990 (邦訳, 『性のベルソナ 古代エジプトから19世紀末までの芸術とデカダンス』東京: 河出書房新社, 1998).
- Paris, Barry. *Audrey Hepburn*. New York: Berkley Books, 1996 (邦訳, バリー・パリス 『オードリー・ヘップバーン物語 [上・下]』東京: 集英社, 2001).
- Reed, Paula & Design Museum, *Fifty Fashion Looks that Changed the 1950s*. Conran, 2012.
- . *Fifty Fashion Looks that Changed the 1960s*. Conran, 2012.
- . *Fifty Fashion Looks that Changed the 1970s*. Conran, 2012.
- . *Fifty Fashion Looks that Changed the 1980s*. Conran, 2012.
- . *Fifty Fashion Looks that Changed the 1990s*. Conran, 2013.
- "supermodel, n" - OED Third Edition, September 2002; most recently modified version published online September 2022.
- Steven, Jacobs, et al. *Screening Statues: Sculpture in Film*. Edinburgh Studies in Film and Intermediality. Edinburgh UP, 2017.
- "The Black Pantsuit That Forged Audrey Hepburn and Hubert de Givenchy's Lifelong Friendship." *Vanity Fair* (Sept. 3, 2015). <<https://www.vanityfair.com/style/2015/09/audrey-hepburn-sabrina-pantsuit-givenchy>>
- Urla, Jacqueline and Alan Swedlund, 'The Anthropometry of Barbie: Unsettling Ideals of the Feminine Body in Popular Culture.' *Deviant Bodies: Critical Perspectives on Difference in Science and Popular Culture*. Eds. Terry Jennifer and Jacqueline L. Urla. Bloomington and Indianapolis: Indiana UP, 1995, pp. 277-306.
- 'Vintage Harper's Bazaar Covers by Richard Avedon.' (August 24, 2020) *Tom + Lorenzo: Fabulous & Opinionated*. <<https://tomandlorenzo.com/2020/08/vintage-harpers-bazaar-covers-by-richard-avedon-fashion-magazines/>>
- Webster, Jean, *Daddy-Long-Legs*. New York: Grosset & Dunlap, 1912. (邦訳, デイヴィッド・ウィルズ. 『あしながおじさん』(岩波少年少庫) 谷口由美子訳, 東京: 岩波書店, 2002).
- Wills, David. David. *Audrey: The 50s*. Dey Street

Books, 2016.

---. *Audrey the 60s*. Aurum Press, 2012. (邦訳, デイヴィッド・ウィルズ. 『Audrey: オードリー・ヘップバーン 60年代の映画とファッション』黒川由美訳, 東京: 東京書籍, 2013).

森 英恵. 「世界が彼女の真似をした」『NHK 知るを楽しむ 私のこだわり人物伝 オードリー・ヘップバーン～永遠のアイドル』東京: 日本放送協会出版, 2007, pp. 28-42.

DVD

『ハウス・オブ・ヴェルサーチ～モードの王国を甦らせた女～/マダム・ヴェルサーチ』(*House of Versace*) マーヴィスタ・エンターテインメン

ト, 2013.

『パリの恋人 スペシャル・コレクターズ・エディション〈デジタル・リマスター版〉』パラマウント・ホーム・エンタテインメント・ジャパン, 2008.

『ビル・カニンガム & ニューヨーク』(*Bill Cunningham: New York*) Happinet, 2010.

『ファッションが教えてくれること』(*The September Issue*) クロックワークス, 2009.

『プラダを着た悪魔』(*The Devil Wears Prada*, ウォルト・ディズニー・ジャパン, 2006.

『マドモアゼルC ファッションに愛されたミューズ』(*MADMOISELLE C*) ポニーキャニオン, 2014.