

Title	ANNE Massey 著 『Hollywood Beyond the Screen : Design and Material Culture』 Berg, 2000
Author(s)	森山, 貴之
Citation	デザイン理論. 2008, 52, p. 136-137
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53379
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

ANNE Massey 著

『*Hollywood Beyond the Screen: Design and Material Culture*』

Berg, 2000

森山貴之／京都市立芸術大学非常勤

今日、ハリウッド映画がどうしようもなくネタ切れ状態だと言われて久しい。しかしそれでも、映画興行にからむ経済効果はまだまだ絶大であるし、私たちの生活に浸透しながら日常のデザインに影響を与えている。このアンヌ・マッセイ『スクリーンを越えたハリウッド』は、そうしたハリウッド映画が20世紀のマテリアル・カルチャーに与えてきた影響を歴史的に考察したものである。

具体的には、『Our Dancing Daughter』(1928)から『タイタニック』(1998)までの70年間のハリウッド映画の歴史に、「グラマー (glamour)」の表現や意味の変遷を辿りつつ、イギリスの大衆文化がアメリカナイゼーションしてゆく姿を探ったものである。

本書で主に考察されているのは、1930年代のハリウッド黄金時代から戦後50年代までの約30年間である。ここで展開される「グラマー」の変遷について簡単に紹介したい。もともと「グラマー」とはオカルト的あるいは魔術的な力や誘惑を示す語であり、今日のように女性のパーソナリティを示す語へと変化したのは20世紀に入ってからだという。

著者は、1925年のアール・デコ展からハリウッド映画を介して再びヨーロッパへと逆輸入されてゆく、パリ発アメリカ経由のモダン・デザインという枠組みに注目する。1920年代後半、いわゆる「ジャズ・エイジ」期の映画に見てとれる「グラマー」とは、パリのクチュリエ (オートクチュール) を現代的なスペクタクルで見せたアール・デコ展に啓発されたものだった。このハリウッドとアール・デコの邂逅、そしてハリウッド・システムに

よる映画の量産によって、「グラマー」は大衆社会におけるモダニティの表現として普及してゆくのである (『Our Dancing Daughter』(1928)のジョン・クロフォードやアニタ・ベイジ)。

大恐慌の余波とプロダクション・コードによる露骨な裸体描写の規制を経た1930年代以降、「グラマー」はフォトジェニックな衣装と流線形のインテリアに演出された、きらびやかで官能的な「女性のナルシズム」へと変化してゆく。このハリウッド黄金時代の「グラマー」は、モダニティすなわちアメリカのライフスタイルと同義であったと著者は指摘する (『Dinner at Eight』(1933)のジーン・ハーロウ、『Grand Hotel』(1932)のグレタ・ガルボなど)。

第二次大戦後の冷戦時代になると、「自由と民主」というアメリカのスローガンの下で強化されたモダニズムによって、「グラマー」は消費者の自己実現と個性化の願望を誘発させる審美基準として完成する。それはアメリカによるハイ・カルチャーの「植民化」の完遂を意味していた (『ローマの休日』(1953)におけるオードリー・ヘップバーンとジバンシー)。

ところで20世紀のモダン・デザインの展開において、理念主導型のヨーロッパに対し、アメリカはモダニズムを最先端のスタイルとして即物的に民主化し、商品として普及させていった。ここに、市場形成のための有力なメディアとしてのハリウッド映画、という関係性が浮き彫りとなる。つまり著者は、こうしたハリウッド映画における「グラマー」の

表現と、映画から派生し供給されるモノとの関係のうちに、一般の女性消費者にとってのモダニティの所在を見るのである。

実際、著者の家族も含めイギリスの多くの一般女性にとって、「モダン」とはハリウッド映画が繰り広げる世界に他ならなかったという。映画スターが劇中で暮らす邸宅、ホテル、劇場、衣裳、装身具、髪型、化粧、身のこなし、価値観。そしてその通りに商品化されるインテリア、ファッション、アクセサリ、化粧品、レジャー施設。特に日々の労苦から解放させ、ひとときの夢を見させてくれる映画館の空間はグラマラスなイメージで満たされ、観客をヒロインにした。ハリウッドとそこから生み出されるデザインは、イギリスの上流階級から低俗と罵られようと、あるいは社会変革としてのモダニズムを信奉するペヴスナーやリードといったモダニストたちからどれほど批判されようと、実はモダン・ムーブメント以上にモダニティを表現していた、と著者は述べる。

このように著者は、男性的・エリート主義的に語られてきたモダン・デザインの歴史を、女性的・大衆的なマテリアル・カルチャーの歴史によって相対化しようと試みる。この意図は、ペニー・スパークの近著『パステルカラーの罫』に代表されるジェンダーをテーマとしたカルチュラルスタディーズ系のデザイン史研究に通じるものである。

だが本書の考察に独自性とリアリティを与えているのが、ハリウッド映画を通じてどのようにモダン・デザインに出会い、消費し、自己形成していったかを記述した、4代にわたる著者の家族のドキュメントである。ハリウッド映画と家族の編年史によってモダン・デザインを語ることこそ、イングランド北東部のワーキング・クラスの家に育った女性で、それゆえ男性とハイ・カルチャーの支配する

アカデミズムの中では絶えずアウトサイダーとしての疎外感を抱いてきた著者が取りえたアプローチなのである。

日常生活の連続する時間に生じる様々なモノやコトとの関わりの中でデザインの意味を問うことが、活きたデザイン史を語ることもある……こう言うのはたやすいが、それは単にデザインをめぐる様々な社会的あるいは経済的関係を論議の俎上に乗せるだけではなく、「誰にとってのデザイン史なのか」をその都度問い直してゆくということである。ハイ・カルチャーとロー・カルチャーの拮抗として、あるいは男性中心のエリティズムとかマスキュリニティの歴史としてモダン・デザイン史をとらえるにせよ、ヨーロッパ、アメリカ、アジアの間での地政学的関係の中でモダン・デザインを考えるにせよ、それは絶えず語り手につきまとう課題である。

重要なのは、語り手自身がどの程度そこにリアリティをもって語れるかどうかである。その次第によっては、読み手に内省を促すようなリアリティを与えることができるし、語り手のステレオタイプな見方を読み手に再生産させることにもなる。

本書の個人史的な語りには、ある意味「巨人の肩の上に立つ」というスタンスへの批判も含みうるものである。だが、それゆえにその個別研究の集積を俯瞰できる体系的枠組みをどう作るかという大きな課題を伴う。とはいえここに他のデザイン史研究にはない説得力と面白さがあるのは事実である。