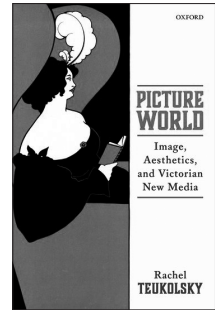


書評

Rachel Teukolsky, *Picture World: Image, Aesthetics, and Victorian New Media*
(Oxford: Oxford University Press, 2020)



小西 千鶴(兵庫県立大学 非常勤講師)

本書は、19世紀に誕生したメディアの世界を研究する。この時代、新しい工業技術によってかつてないほど多くのテキストや画像の複製が可能となり、大量生産によって手頃な価格で販売される印刷物を人々は手にするようになった。本書は、これらの広く共有された大量生産、大量消費された印刷物が人々の美的感覚に及ぼした影響とそれらが現在の視覚文化にどのような痕跡として見られるのかを論じる。

なかでも、著者チューコルスキーが注目するのが、通常「短命」と認識され、研究対象からは外されてしまうような大量に印刷された小形の写真、広告、マンガそしてイラストである。これら大衆文化の視覚アイテムは、芸術作品とは線引きされる類であるが、チューコルスキーはその境界線を取り除き、その対象を拡げることからこの時代の視覚文化を分析する。本書では、読者の関心をひく数々の視覚アイテムが紹介されてゆくが、これらはヴィクトリア朝の応接間で地図や新聞、雑誌とともに人々の生活に溶け込み親しまれていたというからさらに興味深い。たしかに、これらの視覚アイテムには「安価」や「低俗」といった面目が付きまとうが、一方で、人々の感覚中枢に直接訴える強いイメージでもある。チューコルスキーは、これらの視覚アイテムが持つ隠喩や意味合いが、美術・芸術作品など高尚な作品と交錯するとき、人々は不思議な感覚にとらわれたのではないかと述べる。つまり、これらのアイテムはじつは幻想的な世界への入り口として機能していたというわけだ。

各章は、ヴィクトリア朝の美学を構成する「キャラクター」、「リアリズム」、「イラストレーション」、「センセーション」、「ピクチャレスク」、そし

て「デカダンス」といったお馴染みのキーワードがそれぞれのタイトルに振り分けられ、新しい視覚メディアのレンズを通して、これら19世紀の美的概念が考察される。

第1章の「キャラクター」では、数々のカリカチュアが取り上げられる。通常、リアリズム小説に登場する丸みを帯びた深い心理を持つ自己を意味することが多いキャラクターの概念を、本章では、歪みや誇張、時には不快感さえ催すカリカチュアに注目する。じっさい、カリカチュアは18世紀にはすでに本として出版されていた諷刺画であるが、ここでは1820年代後半から1830年代にかけて雑誌や新聞に登場した身近で安価なものが中心となる。チューコルスキーによると、この年代のカリカチュアは、18世紀に描かれたエリート層向けのものとは異なり、より大衆的で下層中産階級向けだったことから諷刺画の歴史において新しい章を切り開いたほど斬新なイメージの登場だったという。内面を深く掘り下げてゆく小説の人物像とは異なり、外見の詳細、特徴、動きや行動といった外側からキャラクターを構築してゆくカリカチュアの視覚的特質からその概念が探求される。

第2章では、これまで小説や絵画、そして撮影写真などから研究されてきた「リアリズム」の概念を、図版入りのジャーナリズムをとおして考察している。ここで取り上げられるのは、1842年に創刊された *The Illustrated London News* だ。この新聞は、ニュースを図版入りで報道することに主眼を置いた初めての新聞でもあり、ここに掲載されたクリミア戦争のルポルタージュ記事を中心に、数々の図版からそのリアリティ効果が検証される。クリミア戦争は、当時メディア戦争とも呼ばれ、記者たちは戦争の暗い現実、特に労働者階級の兵士たちの不当な苦しみを伝えるために、読者が見てすぐに伝わる表現を次々に生み出していった。チューコルスキーはこのリアリズムに注目する。その極限状態、道徳規範の剥奪、政治的な駆け引きや修辭的な用法など、戦争をどのように表現するかという問題が、表現そのものの問題と密接に関係しているからだ。ここでは、芸術作品の範疇では対象とならないリアリズムが考察される。

第3章の「イラストレーション」ではイラスト入りの聖書が中心となる。もともと書物に絵を付けることは19世紀以前から行われていたが、それらは支配階級向けの高価な贅沢品として作られていた。それが19世紀半

ばになると、技術革新によって新聞や雑誌と同様にイラストの入った本が大量に印刷され、イラスト本はその黄金期を迎えた。とりわけ、イラスト入りの聖書はヴィクトリア朝の応接間の中心的な存在で、この時代、最も人気のある挿絵本の一つであったという。チューコルスキーは、聖書の中に描かれた「絵」は、小説の中で描かれる「絵」とは意味合いが異なると指摘する。聖書は読者がすでに物語や結末を知っているため、描かれたイメージは、内容を解釈するための補助として働くのではなく、未知の場所や時代といった幻想的な精神世界へと誘う役割を果たしていたという。言葉が優位な位置を占める文学作品のなかでイラストは原文に従属した存在としての扱いであるが、本章では、その視点を覆しイラストが放つメディア効果からの考察となる。

第4章の「センセーション」では、名刺サイズの写真の一種で社交用に使われたカルト・ド・ヴィジット (*Carte de Visite*) が紹介される。センセーションは、1860年代初頭に衝撃的なあるいはスリリングな題材を描いたドラマや小説、そして芸術作品などを中心に広まった現象である。今日の研究では文学現象として型破りな登場人物や筋書が分析される傾向にあるが、チューコルスキーが目にするのはプロマイドのような昭和の頃には誰もが手にしていたような名刺型の写真である。この名刺写真は、1861年から1867年にかけて、イギリスでは毎年3億から4億枚ほどが販売された新しいタイプの写真で、スキヤンダラスな女性、特に猥褻な女性や犯罪者の写真はベストセラーになったというほど、人々の関心の的だったという。センセーションは、消費者の感覚器を刺激するものとして、その身体的効果が強調されるが、チューコルスキーはその身体的効果が生み出されるまでの一連の媒介に注視し、巧みなマーケティング戦略との関わりから考察している。

第5章の「ピクチャレスク」では、ステレオスコープ (立体鏡) に焦点があてられる。ピクチャレスクは自然と芸術を結びつける18世紀の風景美学で、ステレオスコープは、同一物の二枚の写真をそれぞれ左右の目で同時に見るにより実物のような立体感をだす仕組みの新しいテクノロジーである。この器械は1851年のロンドン万国博覧会に初めて登場すると、実用に向けた改良が重ねられ、数百万台の生産が可能となった。本章では、女

性が応接間でステレオスコープを覗いている写真と、「すべての家庭にステレオスコープを」とうたった販売会社の広告が紹介されて、ステレオスコープの普及とともに、立体写真も必然的に大量に流通していたことがうかがえる。なかでも、国内や異国の風景を描いたものは大変な人気であったという。チューコルスキーは、ワーズワースのティンタン修道院からラスキンのゴシック様式の大聖堂まで、ステレオスコープでの視覚体験を詳細しながら、ピクチャレスク概念に新しいテクノロジーが加わった、絵のような風景にたたずむ体験を紹介している。

第6章の「デカダンス」ではアートポスターが中心となる。アートポスターは、1880年代後半から1890年代にかけて、イギリスの都市の街頭や掲示板に登場し始めた新しいタイプの広告で、大量に生産され使い捨てられた。それらは、おもにサーカスといったイベントやココアなどの日用品を宣伝するものであったが、購買意欲を高めるために表象には美的要素が付加されて、芸術性と資本主義の両方を兼ね備えていた。そのため、より挑発的で神秘的なアバンギャルド風なデザインが好まれて、その手法が攻撃対象となった。1890年代のデカダン運動といえば、オスカー・ワイルドやジョリス＝カルル・ユイスマンスといった文学者が、貴族的で反文化的なライフスタイルのビジョンを紡ぎ出したというのが一般的なイメージとして浮かぶが、チューコルスキーは、デカダンス研究では取り扱われてこなかったこれらのポスターの芸術性とデカダン運動とのつながりを示しながら考察をしている。

最終章では、19世紀の視覚メディアの痕跡として現在の視覚文化である映画の世界への言及がされる。19世紀の静的な絵の世界から動画の世界への移行である。チューコルスキーは、これら19世紀に登場した大衆型のイメージたちによってもたらされた表現や表現方法が、初期の映画に様々な形で表れていることを紹介している。

本書は総体的に19世紀の初めから後半までのイメージの進化をたどってきたとも窺える。本書は、著者の示唆に富む考察もさることながら、対象にされたイメージが「短命」ということから目新しいものが多く、また、本書の表紙のゴージャスでグラマラスな女性のイメージが児童書の広告に使われていたというような意外性も多く味わった。短命だけでも大

きなブームを巻き起こすといった現象は、現在のInstagramやフェイスブックにて、私たちが見ているとおりである。そのようなヴィクトリア朝時代のブームから当時の人々の趣味嗜好や価値観を再発見できる楽しい読み物である。

