

アメリカン・シンデレラの進化論

——世紀転換期の海賊版絵本を中心に

馬 場 聡

はじめに

世界各地に散在するシンデレラ類話の起源については諸説あるが、私たちに馴染みのあるおとぎ話の元になったのは、フランスの宮廷詩人にして、童話作家のシャルル・ペロー (Charles Perrault, 1628–1703) や 19 世紀ドイツの民話収集家として知られるヤーコプ & ヴィルヘルム・グリム (Jacob Grimm, 1785–1863, Wilhelm Grimm, 1786–1859) のバージョンと言われている。かぼちゃの馬車やガラスの靴に象徴されるファンシーな脚色が施されたペロー系統の物語を中心に、子供向けのおとぎ話としてヨーロッパで広く愛されてきた「シンデレラ」も、ところ変わってアメリカとなれば、その受容と発展のプロセスには旧大陸におけるそれとは大きな違いがみられる。

アメリカにおける「シンデレラ」の最大の転換点は、もちろんディズニー・アニメーション『シンデレラ』(Cinderella, 1950) をおいてほかにない。この作品はディズニー初の長編アニメーション『白雪姫』(Snow White, 1937) に続く作品として製作され、以後、『眠れる森の美女』(Sleeping Beauty, 1959) を経て現在まで続くプリンセス・シリーズの起点になった。本作は興業的にも大成功をおさめ、第二次大戦中、不況にあえいだディズニー・スタジオの再建のきっかけになった。ディズニー版に先立ち、アメリカでは 19 世紀後半以降に、さまざまなバージョンの「シンデレラ」の絵本が無数に出版され、児童向けの読み物として圧倒的な支持を受けた経

2 馬場 聡

緯がある。しかし、よく考えてみると王子さまやお姫さまが存在した歴史を持たない上に、プラグマティズムが称揚され、子供向けの読み物にさえファンタジー系おとぎ話が入り込む余地がなかった 19 世紀のアメリカにおいて、この浮世離れした物語が人気を博したことにはいささか不思議を覚える。本稿では、2016 年、日比谷図書文化館で開催されたアンティーク絵本の展覧会「シンデレラの世界展——アメリカに渡ったシンデレラ・ストーリー」（4 月 23 日～6 月 22 日）を監修した際の成果をもとに、19 世紀から 20 世紀初頭にかけて出版された絵本の発展段階を参照しながら、アメリカにおける「シンデレラ」の受容と発展について考えてみたい。

1. 「アメリカの夢」とシンデレラ・ストーリー

今となっては手垢のついた感が否めない「アメリカン・ドリーム」という概念との連想から、「シンデレラ」の積極的な受容の由縁を推測することはさして難しいことではない。周知のとおり、この概念はアメリカは夢（目標）に向かって着実に努力を続ければ、誰もが必ず成功を手にすることができる国であることを象徴するエートスである。これは制度としての階級をもたない自由、平等、民主主義の国ならではの概念であると同時に、荒野を開拓して、近代国家を築こうとしたアメリカの国家的プロジェクトを支える基本原理でもあった。つまり、個人が勤勉さをもって一所懸命に努力をし、夢を実現すれば、結果的にそれが国家の繁栄につながる、という論理だ。奴隷解放の立役者、エイブラハム・リンカーンが「丸太小屋からホワイトハウスへ」という言葉で称えられるように、今も昔も社会階層のはしごを登りつめることは「アメリカの夢」であり続けている。とはいえ、歴史の中でアメリカン・ドリームの意味内容が一樣であったわけではない。歴史家 H・W・ブランズ (H. W. Brands) はゴールド・ラッシュを経た 19 世紀後半以降にその意味合いが大きく変容したことを次のように説明する。

十世代に及ぶ先祖たちから受け継いだアメリカン・ドリームは、ピューリタンの夢であり、ベンジャミン・フランクリンの「貧しきリチャード」の夢であり、トーマス・ジェファーソンのヨーマン・ファーマーたちの夢だった。それは、毎年、少しずつ控えめに富を蓄積していくことに満足を感じていた人々の夢だった。一方、新たなアメリカン・ドリームは、大胆不敵な行動と強運によって瞬時にもたらされる、いわば一攫千金の夢である。(442)

ブランズの見立てによると、ピューリタンの勤勉さに裏打ちされたアメリカの「控えめ」な夢が、一夜にして富を得る「一攫千金」的な夢に変節する契機はカリフォルニアにおける金鉱発見に沸いた 19 世紀半ばということになる。このパラダイム・シフトは、19 世紀後半の未曾有の経済発展に後押しされながら、人々の意識に確かに息づくようになり、さらには同時代の大衆文化領域にも影響を及ぼした。社会階層のどん底からの上昇を骨子とする物語が大衆小説の人気ジャンルになったのは、ちょうどこの時期にあたる。

「シンデレラ城」を擁する東京ディズニーランドに隣接するディズニー・シーの一面、アメリカン・ウォーター・フロントには、巨大な豪華客船 S.S. コロンビア号が威風堂々と鎮座する。その船の前には巨大なスクリーンのオブジェを中心に配した広場が設けられている。この空間に与えられた「ホレイショー・スクウェア」という名前ほど 19 世紀後半以降のアメリカン・ドリームをイメージさせる場所はない。というのも、その名がアメリカ版成功物語の生みの親、ホレイショー・アルジャー (Horatio Alger, 1832-99) との連想を誘ってやまないからだ。代表作『『ぼろ着のディック』 (Ragged Dick: Or, Street Life in New York with the Boot Blacks, 1868) は、都会の片隅で生きる一文無しの靴磨きの少年が、善行を積むことによって、予期せぬ幸運に巡り合い成功を収める、という筋書きの立身出世物語である。主人公ディックは支援者の厚意で、彼の甥の服を譲り受けることになるのだが、その記述がなかなか面白い。

顔と手を洗い、髪も整え、新しい服を身に着けると、ディックはまるで別人のようだった。...「美しいプリンセスに変身したシンデレラのことを思い出すよ。一度、バーナム博物館で見たことがあるんだ」とディックは言った。(31)

ディックが幸運にめぐり逢い、いみじくも「ほろ着」を脱ぎ捨て、見栄えのする立派な着衣を身に着けるときに引き合いに出されるのは、まさに「シンデレラ」である。ディックが自身を「シンデレラ」になぞらえるように、この時期にはすでに「シンデレラ」がアメリカン・ドリームとの連想を呼んでいたことが分かる。ちなみに、引用中のバーナムとは、もちろん19世紀に一世を風靡したエンターテイナー／興行師のP・T・バーナム(Phineas Taylor Barnum, 1810-91)、その人である。はたして見世物小屋の展示法で人々のキッチュな好奇心を掻き立てたバーナムが「シンデレラ」劇を上演した事実があるのだろうか。1850年3月19日づけのバーナム博物館の広報誌に当たってみると確かに「素晴らしいおとぎ話スペクタクル劇、シンデレラが今週連続上演」との一節が「ミシシッピ川の巨大魚」、「蠟人形」などの告知に混じって見つかった。怪しげな見世物に好奇心を募らせた大衆の関心が、一攫千金的なありそうにない成り上がりストーリーにも向いていたであろうことを考えると、バーナムとシンデレラとのマッチングはあながち不自然ではない。何よりも、主人公ディックが極貧のさなかに唯一の楽しみにしていたのがバーナムのショーであったこと、また、成功をつかむために禁欲を決意したディックが真っ先に捨てた習慣もまたバーナムに行くことだったことを考えると、不釣り合いに思えるバーナムとシンデレラとの組み合わせは、貧しき大衆の欲望を鏡写しにしたものという意味で一定の説得力をもつ。

アルジャーの作品が少年たちの夢をかきたてたのに対して、女性作家ローラ・ジーン・リビー(Laura Jean Libbey, 1862-1924)は『職工長の誓い』(*A Master Workman's Oath; Or, Coralie, the Unfortunate*, 1892)を出版し、都会の縫製工場で働く貧しいうら若き女工が、経営者に見初められ社長夫人の

座を獲得する文字通りのシンデレラ・ストーリーで、労働市場に動員された少女たちの厳しい現実に一筋の希望の光を与えた。いわば「白馬に乗った騎士」に見初められ、社会階層のはしごを一気に登って幸せをつかむという物語上のフォーミュラは、その後もアメリカ大衆文化の一面に存在感を示し続け、20世紀中庸以降のハーレクイン・ロマンスの爆発的流行へとつながる。物語の筋書きは少々、異なるものの、フランシス・バーネット (Frances Hodgson Burnett, 1849–1924) の『小公子』 (*Little Lord Fauntleroy*, 1886) や『小公女』 (*Sara Crewe: or, What Happened at Miss Minchin's*, 1888) をこのリストに加えることもできそうだ。

もちろん、こうした階級上昇の物語が当時の大衆文学の中核をなしていたことは、ブランドズという更新されたアメリカの夢、つまり、一夜にしてどん底から社会の高みへと浮上することを希求する当時の気運と無縁ではないはずだ。とすれば、厳しい境遇におかれた少女が千載一遇のチャンスをものにして幸せをつかむ「シンデレラ」ほど一攫千金的なアメリカン・ドリームとなじみが良いものはない。

アメリカにおける「シンデレラ」の出版史を遡ると19世紀初頭にマシュー・キャリー社やH&E. フィニー社などから出版されたチャップ・ブックにたどり着く。これらはイギリスにおいて既に刊行されていたものの版木を流用したり、あるいは原版を模したりして印刷したものと思われるが、一般の書籍の流通／販売ルートに乗ることはなく、読者も限られていたようだ。ところが、19世紀後半になるとアメリカにおいて「シンデレラ」を取り巻く出版状況は大きく様変わりする。ニューヨークを拠点とする出版社を中心に、さまざまなバージョンの「シンデレラ」の絵本が雨後の筍のように次々と刊行されるようになったのだ。このシンデレラ・ブームは絵本の出版にとどまらず、さらなる広がりを見せた。例えば、あのルーザ・メイ・オルコット (Louisa May Alcott, 1832–88) は『若草物語』 (*Little Women*, 1868) 以前に「モダン・シンデレラ——小さな古びた靴」 (*A Modern Cinderella; Or, the Little Old Shoe*, 1860) というタイトルのパロディ

作品を『アトランティック・マンスリー (*The Atlantic Monthly*)』誌に発表しているし、大手絵本出版社マクローリン・ブラザーズ社 (McLoughlin Bros., Inc.) は絵本の売れ行きにかこつけたのか、「シンデレラのガラスの靴を探せ」(*Cinderella or Hunt the Slipper*, 1887) というファミリー向けのカード・ゲームを発売し、挙句の果てには絵本の挿絵を転用したペーパー・ドールにまで手をのばす。

もちろん、この何でもありの様相を呈したシンデレラ・ブームを成立させる前提には、一瞬にして社会の底辺から頂点へトランスする、というありそうにない話が、ゴールド・ラッシュ以降の言説空間においては一定のリアリティを持って受け入れられたという事情があったのだろう。そうは言っても、アメリカには歴史上、王制も貴族制も存在しなかったのだから、王家の人々が登場し、舞踏会に集う貴族の令嬢たちが織り成す煌びやかな物語設定自体が浮世離れしていると思われなかったのだろうか。しかし、折も折、世紀末のニューヨークでは、あのイーディス・ウォートン (Edith Wharton, 1862–1937) が 1870 年代のアップパー・イーストサイドを舞台にした『無垢の時代』(*The Age of Innocence*, 1920) で描いたように、「ザ・フォーハンドレッド」と呼ばれた上流階級の人々によってヨーロッパ流の疑似貴族的な文化が誕生し、庶民にとって高嶺の花であった選ばれし者たちの人間模様がゴシップとして耳目を集めていた。ウォートンの小説をマーティン・スコセッシ (Martin Scorsese) 監督が綿密な時代考証の下で映画化した『ジ・エイジ・オブ・イノセンス——汚れなき情事』(*The Age of Innocence*, 1993) では、豪華絢爛な舞踏会に象徴される当時の疑似貴族文化が存分に映像化されている。もちろん、こうした華やかな世界に属するのはごく一部の人々であって、急速に近代化が進む大都会の片隅で細々と生きる者たちにとってはどこ吹く風。このような状況の中で「シンデレラ」は、厳しい環境の中でも前向きに生きていけば、いつか富裕層の人々のような暮らしを手にすることができるかもしれない、と少女たちの想像力をかきたのだろう。

アメリカにおける 19 世紀後半以降のシンデレラ・ブームの背景には、ゴールド・ラッシュを経て刷新されたアメリカン・ドリームやニューヨークの疑似貴族的文化があったと思われるが、こうした社会的、文化的な要因から視点を変え、印刷物という視座からこのブームの成立を考える場合には、あるテクノロジーの普及が少なからぬ役割を果たしていたことが明らかにになる。

2. 色の文明

19 世紀後半は印刷史上の転換点だった。それまで白黒の挿絵にステンシルを用いた手彩色の絵本は流通していたものの、大衆向け印刷物といえば、黒の単色が常であった。ところが 19 世紀も半ばを過ぎたところから、多色刷り印刷を売りにした出版物が次々に登場し、文字通りモノトナスだった印刷物の世界は、一気に色彩上の華やかさを見せるようになる。

1798 年代にドイツの劇作家、アロイス・ゼネフェルダー (Johann Alois Senefelder, 1771–1834) によって発明された石版多色刷印刷術 (chromolithography) は、石灰岩を版とする化学変化 (水と油の反発作用) を応用した平板印刷法であるため、凸版や凹版のように版を削る必要はなく、石版上に直接、油性クレヨン等で描画する。この新しい印刷法は、木版に比べて、自由に描画ができることはもとより、版のすり減りが少ないため、大量に複製することを可能にした。リトグラフの技術はすぐさま大西洋を越えてアメリカに伝播し、1900 年までにニューヨークに二百以上のリトグラフィを使う印刷所が設立されることになる。当初は単色リトグラフが主流であったが、1840 年代以降、この技術はカラー印刷へと発展する。カラーの印刷物が裕福な人々に占有されてきた時代は終わり、一般の人々が色とりどりの印刷物を安価に得ることができる時代へと移り変わったわけだ。なるほど、19 世紀のアメリカの印刷物を論じる『芸術の民主化——19 世紀アメリカの絵画』(1980) の中で、美術史家ピーター・C・マージオ (Peter C. Marzio) がこの時期を「色の文明 (chromo-civilization)」と称し、石版

多色刷り印刷術の普及によって、特権階級の専有物であった芸術品が「民主化」されたと述べていることにもうなずける。いわゆる出版物にとどまらず、ポスター、広告、商品のラベルに至るまで、日常生活に存在するさまざまな印刷物がカラーに移り変わる瞬間。この印刷技術史上の転換点を印刷史研究者ジェイ・T・ラスト (Jay T. Last) は「色の爆発 (color explosion)」と呼ぶ。

さまざまな分野の印刷物において生じた「色の爆発」は、必然的に児童向け出版物のマーケットを押し広げた。それまで物語 (テキスト) のおまけに過ぎなかった挿絵は、その存在価値を高めていき、19世紀中ごろにイギリスのデーン・アンド・サンズ社 (Dean & Sons) が「トイ・ブック (Toy Book)」と銘打った絵本を主力商品に据えたのを皮切りに、色鮮やかな挿絵を売りにする絵本が子供たちに人気の「おもちゃ」となった。すでに19世紀初頭にクロモリトグラフィの技術を売りにする印刷所がひしめいていたニューヨークにおいても、マクローリン・ブラザーズ社 (1858-1920) に代表される多色刷りの絵本を専門に印刷する業者が次々に現れ、19世紀後半には未曾有の絵本の出版ラッシュの時期を迎える。こうした状況の中で、ヨーロッパ産の童話は瞬く間に人気のタイトルとなっていく。なかでも、「シンデレラ」は他の童話をもとにしたタイトルの出版点数をはるかに凌駕した。

前節で検討したように、19世紀後半のアメリカには、「シンデレラ」を積極的に受容するいくつかの社会的、文化的な条件がそろっていたと考えられるが、そもそも「シンデレラ」ほど絵本というヴィジュアル重視のアート・フォームにふさわしい物語はない。多くの絵本の底本となっているシャルル・ペロー版の物語には、ガラスの靴、かぼちゃの馬車、豪華絢爛な舞踏会をはじめとする色彩感覚に訴えかける被写体に事欠かないし、ほろ着を着た灰かぶり少女の変身の間には、当然のこと視覚的な表象が期待されただろう。こうした絵映えする特徴を有した「シンデレラ」は、売り上げが期待できるドル箱のタイトルと目されるようになり、アメリカの出版

社から無数のバージョンが出版されることになった。ここで浮上するのは、ヨーロッパに比べてファイン・アートの伝統が浅く、絵の描き手が少なかった当時のアメリカにおいて、なぜ絵本が短期間で市場を賑わすようになったのかという疑問である。もちろん、これは当時の絵本全般に対して言えることだが、ここでは 19 世紀中盤から 20 世紀初頭にアメリカで刊行された「シンデレラ」を例に考えてみたい。

描き手に焦点を当てると、当時、アメリカで出版された「シンデレラ」の絵本は大きく分けて三つのパターンに分類できそうだ。一つ目は、アメリカ人の画家を登用したケースである。例えば、ハード・アンド・ホートン社 (Hurd and Houghton) から出版された『シンデレラ、またはガラスの靴』(*Cinderella, or the Glass Slipper*, 1866) においては、あのマーク・トウェイン (Mark Twain) の『西部放浪記』(*Roughing It*, 1872) や『金ぴか時代』(*The Gilded Age: A Tale of Today*, 1873) の挿絵で知られるヘンリー・ルイス・ステイーブンス (Henry Louis Stephens, 1824–82) が起用されている。二つ目はアメリカに先行して絵本市場が確立していたイギリスで活躍していた挿絵画家を登用した例である。マクローリン社のリトル・フォークス・シリーズ (Little Folks Series) 『シンデレラ』(*Cinderella*, 1880) のクレジットにあるリチャード・アンドレ (Richard André, 1834–1907) は、ランドルフ・コールデコット (Randolph Caldecott, 1846–86) やケイト・グリーナウェイ (Kate Greenaway, 1846–1901) らと同時代に活躍したイギリスの絵本作家である。アンドレは 19 世紀後半に、本国において二百点以上の絵本を出版したことで知られる。三つ目は、すでにイギリスで刊行された絵本を、アメリカの出版社が再出版したケースである。19 世紀後半に限れば、この三つ目のケースこそがアメリカの絵本出版の状況の特徴づけるものと考えられる。

3. 海賊版の楽園

この時代にアメリカで刊行された絵本には、イギリスで好評を博した絵

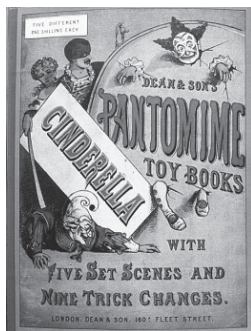
本を、版元の許可なく、無断で再出版したもの、つまり、海賊版がやたらと多い。アーツ・アンド・クラフツ運動 (Arts and Crafts Movement) の中心人物として広く知られているウォルター・クレイン (Walter Crane, 1845–1915) が彫刻師エドムント・エヴァンズ (Edmund Evans, 1826–1905) と組んで制作したジョージ・ラウトレッジ社 (George Routledge) の『シンデレラ』 (*Cinderella*, 1873) は、1903年にクレインが手掛けた他の童話と合本した形でニューヨークのカップル・アンド・リオン社 (Cupples & Leon) から海賊出版され、1906年には分冊化され『シンデレラ』単独で刊行されている。この海賊版には、子供受けしそうなポップな表紙が付け替えられているが、本編は基本的にテキスト、挿絵ともにオリジナルのままである。とはいっても、彩色がかなり大雑把で、輪郭線から色がはみ出していたり、異なる色が混じっていたりして、粗悪模造品のそしりを免れない。これは、おそらくエヴァンズが彫った木口木版で印刷したオリジナルを、美術に通じていない印刷所の職人が石版に転写したことによるものと推察される。ただし、この海賊版を手にとって眺めてみると、不思議なことにさしたる悪意が感じられない。その理由は、黄緑色のポップな表紙の上部に悪びれもせず堂々と「ウォルター・クレインの絵本」と明記してあるからかもしれない。

もちろん、アーティスト側が作品を意図せぬ形で勝手に再出版されることに対して無頓着であったはずがない。キャリアの早い段階から海賊出版の被害が多かったクレインは、アメリカの月刊誌『スクリブナーズ・マンスリー』 (*The Scribner's Monthly*, Sep. 1877) で、マクローリン社の海賊版を「私が目にした海賊版はスタイルの面でも、彩色の面でも私の絵をひどく歪めている」と激しく批判し、「私が海賊版を認めていないことを広く知らしめてほしい」(721)と締めくくっている。当時の海賊出版について詳しい、ニューヨーク歴史博物館のキュレーター、エイミー・ウェINSTAイン (Amy Weinstein) は「アメリカには植民地時代から著作権保護法があったものの、国外の作家やアーティストの著作権については事実上、効力がな

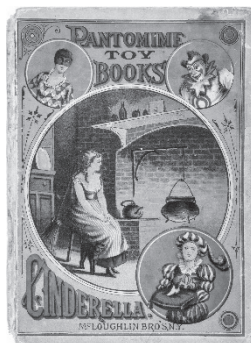
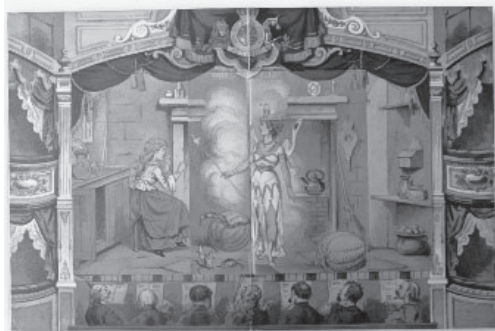
かった」(8)と指摘する。現在のように知的財産法が整備されていなかったこともあり、自前の絵本作家がほとんど存在しなかったアメリカの出版社は、イギリスの売れ筋既刊本を安易に複製するようになり、瞬く間に海賊版の楽園となったわけだ。

海賊版の量産を支えていたのは、凸版や凹版のように熟練の彫刻師を必要としない複製技術、つまり、クロモリトグラフィというテクノロジーそのものだった。かくして、マージオがリトグラフィに芸術の民主化の契機を見たように、稀代の画家／デザイナーであったクレインと凄腕彫刻師エヴァンズのチームによって製作されたオリジナル版の『シンデレラ』は、作品の質に難はあるにせよ、大量消費社会への道を突き進むアメリカにおいて大量に複製され、マスマーケット仕様の絵本として流通することになった。この状況をヴァルター・ベンヤミン (Walter Benjamin, 1892-1940) の議論に倣って、複製技術の発達によって芸術作品が遍く大衆に行きわたったことを肯定的にとらえるべきか、あるいは、芸術からアウラが失われたと嘆くべきか。面白いことに、この時期に量産された海賊版「シンデレラ」には、単純に「オリジナルか、コピーか」という二項対立では語りきれない独特の焼き直しがなされたものがある。海賊版の多くは、リトグラフィの技術を使って、オリジナルを簡便に複製し、装丁だけを新たな出版社がしつらえたものが大半なのだが、中には興味深いパロディ性を有したものもあるのだ。

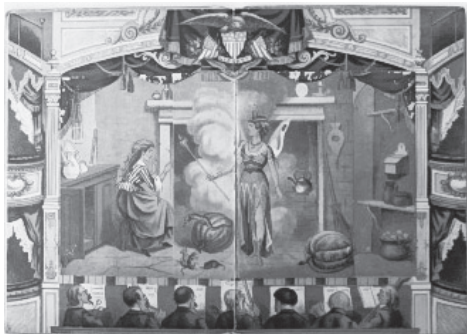
マクローリン社から刊行された『パントマイム・トイブックス——シンデレラ』(*Cinderella: Pantomime Toy Books*, ca. 1882) は、イギリスのディーン・アンド・サンズ社の『パントマイム・トイブックス——シンデレラ、五つの場面、九つの仕掛け』(*Cinderella: Pantomime Toy Books with Five Set Scenes and Nine Trick Changes*, ca. 1881) の海賊版なのだが、両者の関係が実に興味深い。マクローリン版の表紙は、ディーン社の表紙の色彩やモチーフを踏襲しながらも、不遇の日々を過ごしていた時期のシンデレラの挿絵の一部を中央に配し、一瞥すれば物語内容が分かるように変更されている。



Dean & Sons 版 (ca. 1881)



McLoughlin Bros 版 (ca. 1882)



ヨーロッパで刊行されたオリジナルの表紙には存在しなかった物語の一場面を新たに表紙に差し込む手法は、当時の海賊版の表紙に数多く見られる。表紙右下にディーン社版には存在しない、ガラスの靴をシンデレラに差し出す少年のイラストが描かれている。彼の着衣は赤白のストライプのドレスシャツ、そして胸元を彩るのはブルーのベスト、という具合に瞬時に星条旗がモチーフだと分かる。この時期の海賊版には、新たに付け替えた表紙とオリジナルと瓜二つの本編とがちぐはぐな印象を与えるものが多いが、このマクローリン社版についてはそういった違和感が全くない。この絵本は読者が劇場で芝居を見ているという体裁で、劇場をイメージさせるフレー

ムが功を奏し、さながら舞台上で「シンデレラ」劇が繰り広げられているように見える。ディーン社版では緞帳の中央部にライオンとユニコーンが特徴的なあのイギリス王室の紋章が配されているが、マクローリン社版には、星条旗、「自由 (liberty)」のパナー、そして国鳥であるアメリカン・イーグルに変更されている。この例のように、アメリカらしさが付け加えられ、ナショナリズムの発露と解される改変がある一方で、いかにもオリジナルと比べてみてください、と言わんばかりの相違すら観察される。挿絵の最下部に並ぶ舞台楽団員の男（右から二人目）の変容は実にユーモラスだ。この人物はディーン社版では、前方左手を向いているのだが、マクローリン社版では何故か右手を向いている。不可思議なのはこの人物、マクローリン社版では、ディーン社版にあった頭髮がすっかり抜け落ちて、たいそう立派な禿げ頭へと様変わりしている。こうしたアメリカナイゼーションや遊び心に満ちた変更のほかに、オリジナルと印刷の質の違いを際立たせる変更すら見られる。マクローリン社版は全体としてぼやけた感のあるディーン社版よりも格段に発色が良く、色使いについてもヴィビッドな色を使うことでコントラストを際立たせている。こうした色合いの相違を見ると、マクローリン社版は、オリジナルに対する印刷技術の優越性を誇示しているかのような印象さえ受ける。絵本研究者のローラ・E・ワソウィッツ (Laura E. Wasowicz) はマクローリン社をはじめとする当時のアメリカの出版社が、イギリスの出版社に対する競争戦略を重視していたことを指摘する。ワソウィッツは1872年のマクローリン社商品カタログを精査し、「イギリスで出版されたものと同質のカラー絵本を半値で販売していることをうたい文句にしていた」(18) ことを発見する。この時期に海賊版を中心とするさまざまなバージョンの「シンデレラ」が出版され、それらがマスマーケットを流通する過程で、「シンデレラ」がアメリカ文化の中に確かな場所を獲得するようになると、おのずと批評筋の関心を誘うようになる。

リトグラフを導入した「シンデレラ」の出版が始まってしばらくたった頃、『ニューヨーク・タイムズ』(*The New York Times*, Feb. 6, 1879) に「広

く親しまれている物語を分析すること (The Dissection of Popular Stories)」と題された記事が掲載される。この記事は、子供たちに愛されているおとぎ話を文学批評的に分析して子供の夢を壊す風潮に意義を突き付けるものである。言及されている「赤ずきん」、「ジャックと豆の木」、「眠り姫」、「シンデレラ」などが当時の絵本出版社がこぞって主力タイトルとして売り出していたものと一致するのが面白い。なかでも「シンデレラ」についての論評は記事の中心を担っており、この物語のシンボリズムを分析することは「科学、あるいは民俗学としてはまったく構わない」と譲歩したうえで、「子供たちが愛してやまないこの物語はどうなってしまうだろう」(4) という著者の不満が明かされる。記事の主張の是非はさておき、「シンデレラ」が主流メディアの紙面で議論の俎上に載ること自体が、そのプレゼンスの高まりの証左といえるだろう。

20 世紀に入ると、アメリカ児童文学史上に名を連ねる面々のクレジットが付された国産の「シンデレラ」絵本が登場しはじめる。その先鞭をつけたのはあのアメリカ版ハイ・ファンタジーの生みの親、ライマン・フランク・ボーム (Lyman Frank Baum, 1856–1919) である。多色刷りの挿絵をふんだんにあしらった『オズの魔法使い』(*The Wonderful Wizard of Oz*, 1900) の成功を受けて、押すに押されぬ人気作家にのし上がったボームは、レイリー・アンド・ブリトン社 (The Reilly & Britton) の『シンデレラと眠り姫』(*Christmas Stocking Series: Cinderella and the Sleeping Beauty*, 1905) に序文を寄せているのだ。なるほど、クリスマス商戦向けというだけあって、ストッキングに収まるコンパクトなサイズと赤を基調とする高級感あふれる装丁が目を引く。肝心の序文は、クリスマスにストッキングを吊るすようになった歴史を説明しているだけで、さして注目すべき内容ではない。とはいえ、この絵本のとびらにタイトルに劣らぬフォント・サイズで記されたボームの名前は、海賊出版の時代の終わりとアメリカ人作家による「シンデレラ」の始まりを予感させる。

4. 消費社会のシンデレラ

1910年代から20年代にかけて、アメリカにおける「シンデレラ」絵本は成熟期に入り、アメリカらしさが際立つ作品が次々に出版される。従来、絵本はファイン・アートと不可分だったが、それを一気にポピュラー・カルチャー領域と切り結んだのは、大人気絵本『ラガディー・アン・ストーリーズ』(*Raggedy Ann Stories*, 1918)で人気を博したジョニー・グルーエル(Johnny Gruelle, 1880–1938)である。主人公ラガディー・アンの人気は絵本の世界にとどまらず、ラガディー・アン人形として親しまれることになり、のちに『アンとアンディーの大冒険』(*Raggedy Ann & Andy*, 1978)というタイトルでアニメーション化されている。この国民的キャラクターの生みの親であるグルーエルのクレジットをカップルズ・アンド・リオン社の『シンデレラのすべて』(*All about Cinderella*, 1916)に見ることができる。この作品は同社が手掛けた『ピーター・ラビットのすべて』(*All about Peter Rabbit*, 1916)を筆頭とする「～のすべて(All about...)」シリーズの一冊であることに留意したい。というのも、それまでアメリカの大衆向け絵本は匿名性が高く、一部の例外を除いてさほどクリエイターの名前が意味を持たなかった。ところが、このシリーズに名を連ねる絵本は作家の名前を前面に出し、いわば作り手の顔が見えるシリーズものの先駆けとなったのだ。

この時期の「シンデレラ」絵本でもう一冊挙げておきたいのは、ジョージ・サリー社(George Sully)から刊行された『シンデレラと小さなガラスの靴』(*Cinderella: Or, the Little Glass Slipper*, 1920)である。ペロー版をはほぼ忠実になぞらえたストーリーに新しさはないが、挿絵はそれまでの絵本に特徴的だったエレガントな画風とは大きく異なり、パステル画の手法を用いたのびのびとした雰囲気が印象に残る。この作品にクレジットされているイラストレーターの名はマーガレット・エヴァンズ・プライス(Margaret Evans Price, 1888–1973)。あのアメリカを代表する玩具メーカー、フィッシャー・プライス社(Fisher-Price)の創業者の一人である。プライ

スは絵本作家としてキャリアを始めるが、1930年にハーマン・フィッシャー (Herman Fisher)、夫のアービング・プライス (Irving Price) とともに、同社を立ち上げ、アート・ディレクターとして自身の絵本の挿絵をあしらった玩具を製作し、同社が全国規模のメーカーとなる礎を築いた。なるほど、プライスの挿絵を見ると、玩具のデザインにふさわしく、登場人物のキャラクターが際立っている。絵本の挿絵からおもちゃのキャラクターへというメディア・ミックス的展開の先駆けとなったという意味においてプライスの功績は大きい。

ハリウッドではパラマウント社がサイレント映画『シンデレラ』 (*Cinderella*, 1914) を公開、ブロードウェイではミュージカル『アイリーン』 (*Irene*, 1919) が封切られ、アメリカ版「シンデレラ」として大ヒットするなど、絵本以外のジャンルにおいても「シンデレラ」は存在感を示し始める。こうした状況の中で「シンデレラ」がアメリカのポピュラー・カルチャー領域に確たる場所を獲得する決定的な瞬間が訪れる。若き日のウォルト・ディズニー (Walt Disney, 1901–66) がミズーリ州カンザスシティのラフォグラム・スタジオ (Laugh-O-Gram Studio) で制作した短編アニメーション『シンデレラ』 (*Cinderella*, 1922) の公開だ。時は第一次世界大戦が終結し、人々がジャズ・エイジの喧騒に包まれていたちょうどその頃だった。言及されることは少ないが、この時期にウォルト・ディズニーが手掛けたアニメーション作品は、間違いなく絵本市場の動向を十分に意識していた。というのも、1922年というわずか一年間にディズニーが公開した7本の作品 (『赤ずきん』、『ジャックと豆の木』、『長靴を履いた猫』、『ブレーメンの音楽隊』、『巨人退治のジャック』、『三匹の熊』、『シンデレラ』) は、すべてマスマーケット向け絵本のヒット作だったからだ。これら7本の作品の中でも『シンデレラ』は、大胆な改変を加えたアメリカらしいどたばたコメディにリメイクされているという意味で、ひときわ異彩を放っている。ストーリーは多くの絵本で採用されていたペロー版に基づきながらも、舞台は当時という現代、つまり1920年代のアメリカに設定されている。シンデレ

ラのドレスや髪型が、時代を彩るフラッパーさながらであることも心憎い。王子さまの結婚相手を募るため、町の女性たちに舞踏会の案内状が配られるシーンがあるのだが、そこは典型的なアメリカの郊外住宅地。シンデレラが舞踏会に出かける前には、もちろんフェアリー・ゴッド・マザーが登場する。しかし、彼女が魔法を使って用意するのは「かぼちゃの馬車」ではなく、なんと当時の庶民にとって憧れの乗り物だった「自動車」だ。それも一見してアメリカ初の量産型自動車フォード・モデルTとわかる車体である。ちなみに、かぼちゃの馬車から自動車への改変は、この作品以降、「シンデレラ」改作のクリシェとなった感がある。有名どころでは、20年代から30年代に人気アニメーションを量産した、ジョン・フォスター監督 (John Foster, 1886–1959) の『シンデレラ・ブルース』 (*Cinderella Blues*, 1931) を挙げることができるが、その後、あの自動車メーカー、シボレー社が宣伝用アニメーション作品『ア・ライド・フォー・シンデレラ』 (*A Ride for Cinderella*, 1937) を発表したことが、モータリゼーションと「かぼちゃの馬車」を接続する決定打となる。

このようにして、数ある口承民話のひとつに過ぎなかった「シンデレラ」は、19世紀後半の多色刷り絵本ブームを契機に、アメリカの大衆文化の一部として確たる地位を築き、自動車をはじめとする様々な商品の広告にそのイメージが利用されていく。消費社会の進展にともなう民話の商品化については、常にフォークロア研究界隈からの批判にさらされてきた。なかでもアメリカの児童文学作家で、フォークロアの受容史に詳しいジェーン・ヨーレン (Jane Yolen) の主張は手厳しい。ヨーレンの批判の矛先は、マクローリン社の絵本に始まり、1950年のディズニー映画『シンデレラ』へと向けられる。

アメリカ版の「シンデレラ」の一部はペローのシンデレラを踏襲している。しかし、多くはそれに先行するヨーロッパ版や東洋版のもっとしたたかなシンデレラの話、つまり、義理の姉妹たちを二枚舌で騙したり、巧妙に変装したり、王子の心をつかめるように巧みな計算を働

かせ自分の力で世の中を渡るという話を、綿菓子でくるんだような稚拙な焼き直しにしている。(296)

ヨーレンの主張の根幹は、どうやら「シンデレラ」がマスカルチャーの一部になる際にストーリーに変更が加えられ、彼女が言うところの「本来あるべき」民話の意味内容が失われてしまったことに対する憤りにあるようだ。確かにもっともな主張であるが、オリジナル神話に根差したこのような批判は、大衆文化論の視座に立った場合、必ずしも生産的な議論に発展しない。大衆文化領域のシンデレラが往々にして限りなく受動的な少女として描かれているという指摘は的を射ているが、ヨーレンの論考には彼女の批判の対象となるものがいかにしてその時代の社会においてそのような表象を受けるに至ったか、という肝心な分析が欠落している。ディズニーとシンデレラとの関係については、拙論「アメリカン・シンデレラの物語学」(『ディズニーファン』講談社、2015年11月号)で論じているので、本稿においてはこれ以上掘り下げないが、ディズニー版『シンデレラ』以降、「シンデレラ」はストーリーの面でも、キャラクターの面でもディズニーの専売特許であるかのようなイメージが広がったことは間違いない。その後のディズニーの事業展開から明らかなように、シンデレラは物語の呪縛から解き放たれ、資本の流れに運ばれるかの如く、キャラクター商品としていたるところでその姿を目にするようになった。このように考えれば、絵本を起点にしたアメリカン・シンデレラの進化論は、民話が消費社会に飲み込まれて、様々な形の商品へと変貌していくプロセスそのものである。

おわりに

本稿で検討してきた海賊版を含むマスマーケット仕様の絵本がアカデミックな関心を集めることは少ない。これらの絵本が〈商品〉と〈芸術〉との境界線上にあることがこうした無関心の原因と思われる。「シンデレラ」

についてはフォークロア研究を中心とする膨大な業績があるにも関わらず、量産型絵本は無視されるか、あるいは批判の対象とされてきた。ところが、近年、にわかにアメリカにおける大衆向け「シンデレラ」絵本に注目が集まっている。2017年にはアメリカ古書協会が主催する「色と芸術の輝き——マクローリン・ブラザーズ社と絵本業界、1858年から1920年まで」という美術展がニューヨークで開催され、同名の書籍が刊行されたことは記憶に新しい。この企画は出版文化史、あるいは印刷技術史とアートを接続する視座に立ち、「シンデレラ」を中心にしたマクローリン社の絵本を多角的にとらえなおした成果である。この美術展に先立つ2016年に、日本においても筆者が監修した「シンデレラの世界展——アメリカに渡ったシンデレラ・ストーリー」が開催され、のべ万人近くの来場者を集めた。この美術展は「シンデレラ」絵本の世界的な収集家である川田雅直が所有する千点を超えるコレクションに基づいている。プロダクト・デザイナーである川田は、シンデレラをはじめとするプリンセスものの商品デザインを手掛けてきた。シンデレラが物語から切り離されてキャラクター・デザインになるプロセスへの関心がきっかけになっているという点が興味深い。実際に美術展では絵本を中心としながらも、シンデレラをモチーフにしたデザインが施された製品や広告等を絵本と並置させることで、消費社会の只中に拡散されていくキャラクターとしてのシンデレラの姿が確認できる展示構成であった。この美術展はその後も日本各地に広がりを見せ、2018年には京都国際映画祭の企画の一部となり、広く視覚芸術に関心を寄せる人々の注目を集めた。

ここで検討した19世紀後半から20世紀に至るアメリカン・シンデレラの文化史は、大量消費社会を前にして、ヨーロッパの民話が商品として消費されていく過程に他ならない。一攫千金的なアメリカの夢と高度な複製技術に後押しされながら消費文化となった「シンデレラ」は、現在も大衆の欲望と不可分な関係を保ちながらその形を変え続けている。

Works Cited

- Alcott, Louisa M. "A Modern Cinderella, Or, the Little Old Shoe." *Atlantic Monthly*. (1860): 425–441. Print.
- Alger, Horatio. *Ragged Dick: Or Street Life in New York with the Boot-blacks*. 1868. New York: John C. Winston Co., 1910. Print.
- Andre, Richard. *Cinderella*. New York: McLoughlin Brothers, 1888. Print.
- Barnum Museum. *Weekly Schedule*. Philadelphia: Barnum Museum, March 19, 1850. Print.
- Brands, H. W. *The Age of Gold: The California Gold Rush and the New American Dream*. New York: Doubleday, 2002. Print.
- Baum, Lyman Frank. *Christmas Stocking Series: Cinderella and the Sleeping Beauty*. Chicago: The Reilly & Britton, 1905. Print.
- Cinderella: Pantomime Toy books with Five Set Scenes and Nine Trick Changes*. London: Dean & Son, ca. 1881. Print.
- Cinderella: Pantomime Toy Books*. New York: McLoughlin Brothers, ca. 1882.
- Crane, Walter. *Cinderella*. London: George Routledge, 1874. Print.
- . "Culture and Progress: Walter Crane." *Scribner's Monthly*. vol. 14, Sep. 1877, p. 721. Print.
- . *Walter Cranes [sic] Picture Book*. New York: Cupples & Leon, 1903. Print.
- Disney, Walt, director. *Cinderella*. Kansas City: Laugh-O-Gram Studio, 1922. Film.
- Geronimi, Clyde, director. *Cinderella*. Walt Disney Productions, 1950. Film.
- Gruelle, Johnny. *All About Cinderella*. New York: Cupples & Leon, 1916. Print.
- Last, Jay T. *The Color Explosion: Nineteenth-century American Lithography*. Santa Ana: Hillcrest, 2005. Print.
- Last, Jay T. *The Color Explosion: Nineteenth-century American Lithography*. Santa Ana: Hillcrest, 2005. Print.
- Marzio, Peter C. *The Democratic Art: Pictures for a 19th-Century America: Chromolithography 1840–1900*. London: Scholar Press, 1980. Print.
- Price, Margaret E. *Cinderella: Or, the Little Glass Slipper*. New York: George Sully, 1920. Print.
- Stephens, Henry Louis, illustrator. *Cinderella, or the Glass Slipper*. New York: Hurd and Houghton, 1866. Print.
- "The Dissection of Popular Stories." *The New York Times*. 6 Feb, 1879: 4. Print.
- Wasowicz, Laura E. "McLoughlin Brothers' Conquest of the American Picture Book Market, 1858–1920." *Radiant with Color and Art: McLoughlin Brothers and the Business of Picture Books, 1856–1920*. Ed. American Antiquarian Society. Worcester, MA: American Antiquarian Society, 2017. 11–31. Print.
- Weinstein, Amy. *Once Upon a Time: Illustrations from Fairytales, Fables, Primers, Pop-Ups, and Other Children's Books*. New York: Princeton Architectural Press, 2005.

Print.

Yolen, Jane. "America's Cinderella" Ed. Dundes, Alan. *Cinderella: A Casebook*. Madison: U of Wisconsin P, 1989. Print.