

19世紀後半のフランスにおける大衆消費の相貌

—ゾラ『ボヌール・デ・ダム百貨店』とロビダの諷刺画をめぐって—

有 富 智 世

Various Aspects of Mass Consumption in Late Nineteenth Century France On Zola's *Au Bonheur des Dames* and Robida's Caricatures

Chise ARITOMI

要 旨

自然主義作家エミール・ゾラ（1840-1902）と作家兼諷刺画家アルベール・ロビダ（1848-1926）は、同時代に生き、双方、ジャーナリストおよび批評家としても活動した。また、実証主義と科学主義が権勢を振るう中、両者の鋭い観察眼と時代を見据える客観的なまなざしは、当時においてはメディアとして機能し、現代においては19世紀後半のフランス社会を臨場感溢れる視覚化で我々に呈するものとなり得ている。

ゾラは「ルーゴン=マッカール」叢書（1871-1893）、第11巻『ボヌール・デ・ダム百貨店』（1883）で、オクターヴ・ムーレを主人公に第二帝政期（1852-1870）における商業界の動向を描いた。その際、作家は実在のボン・マルシェ百貨店やルーヴル百貨店の詳細な記録を基に本小説を執筆している。また、我々は女主人公ドゥニーズの視点を通して、消費の宮殿デパートの誕生、新旧商法の対立、大衆消費社会の原点と構造に立ち会うことができる。

他方、ロビダは空想科学小説『20世紀』（1883）の著者として知られているが、1880年以降、諷刺新聞『カリカチュール』（1880-1904）の編集長も務めた。本紙の創刊号で、ゾラの小説『ナナ』（1880）を取り上げて以降、ロビダは自然主義の芸術的活動と反響をとめどなく追っていく。『ボヌール・デ・ダム百貨店』も発表されるや否や、すぐに小説を一枚の戯画に翻案して本紙に掲載している。

そこで本稿では、小説と挿絵の関係からではなく、小説と風刺画の照応というロビダの“イメージの批評”を介してゾラの小説の解釈を試みた。ゾラとロビダが捉えていた“同時代のまなざし”による考察は、消費文化の興隆により生じた様々な社会的側面に注視させるとともに、機械文明がもたらす負の側面をも明瞭にすることを論証した。

キーワード：自然主義、大衆消費、小説と風刺画、エミール・ゾラ、アルベール・ロビダ

Abstract

Émile Zola (1840-1902), a famous novelist of naturalism literature and Albert Robida (1848-1926), known as a caricaturist and a writer having lived the same times, both of them were also very active as critics and journalists. Their sharp observation skills and objective views on their times, which were strongly influenced under positivism and scientism, worked like media at that time, and nowadays enable to visualize French society of late 19th century to us in vivid manners. Zola described trend of commercial world under the second imperial regime as Octave Mouret to be a hero in his novel, *Au Bonheur des Dames* (1883), volume 11 of *Les Rougon-Macquart* (1871-1893). The novelist wrote the composition based on detailed data of real department stores, Le Bon Marché and Le Louvre. Further, we are able to be witness to birth of a department store as a palace for consumption, confrontation of old and new commercial laws, and origin and structure of mass consumer society through the eyes of a heroin, Denise. Meanwhile, Robida, known as an author of *Le Vingtième Siècle* (1883), worked as a chief editor of *La Caricature* since 1880. He pursued artistic activities of naturalism and reverberation to them infinitely after he had picked up Zola's novel, *Nana* in the first issue of his magazine. He translated *Au Bonheur des Dames* into one piece of caricature and then published it in his magazine as soon as the novel was released. In this paper, it is endeavored to interpret Zola's novels through criticism of image by Robida, using contrast of a novel and a caricature, not relationship between a novel and an illustration. It is revealed observations through eyes of the same age with Zola and Robida that provide not only gaze on various aspects of the society which were caused by rise of mass consumption

culture, but also clarification on negative aspects which were brought by machine civilization.

Keywords: naturalism, mass consumption, novels and caricatures, Émile Zola, Albert Robida

1. はじめに

フランス第二帝政期（1852-1870）は、ナポレオン三世（1808-1873）が産業保護政策を推進したことから、産業革命の進展に伴う資本主義経済の拡大期となった。1860年以降、各種金融機関が設立され、金融資本は飛躍的に膨張していく。そして、これらと産業の結びつきは、工場経営や新企業の創設を促すこととなる。さらに、機械の改良に伴う繊維工業の躍進や鉄道網の拡大は、商業界に直接的な利益をもたらした。また、ナポレオン三世が、セーヌ県知事ウージェーヌ・オスマンにパリ大改造を命じたことから、スラムの都パリは一気に近代都市へと大変貌を遂げていく。特に、道路網の整備は本計画の根幹事業であり、細くうねる道で錯綜していたパリに光と風を通す大通りが次々に貫通した。この道路整備に伴う土地買収により、資本家は主要道路に面した好立地に百貨店を出現させたのである。

エミール・ゾラ（1840-1902）は、フランス近代資本主義社会の様々な相貌を多面的に描き出した自然主義作家である。「ルーゴン＝マッカール」叢書¹、第11巻『ボヌール・デ・ダム百貨店』（1883）²では、第二帝政期における商業界の動向を描いた（以下、便宜上「叢書」および『B・D百貨店』の略称を用いる）。

彼の創作方法は、まず詳細な調査を実施して真実の探求を行い、「調査ノート」に整理分類する。これに基づき、

ある気質をもった人物が、ある社会的環境下においてどのような人生を辿るのかを研究する。そして、そこから小説のプランを整え、現実の“生”のあり様を小説世界に赤裸々に写し取る。ロマネスクなるものを排斥し、この創作方法による現実感覚の実証的な呈示こそ大衆を啓蒙する新たな文学の創出であり、これを小説家の果すべき使命とした。本作においてもボン・マルシェ百貨店の他、ルーヴル百貨店などの調査記録を基に執筆を行った。

世界初のデパートは、フランス（パリ）で誕生した。アリスティッド・ブシコーと妻のマルグリットによって1852年に創業されたボン・マルシェ百貨店である。ブシコーは、斬新なアイデアで新商法を展開し、いわば近代商業の礎を築いたといえる³。ゾラは、叢書第10巻『ごった煮』（1882）の作中人物オクターヴ・ムーレを引き続き登場させ、『B・D百貨店』ではブシコーの経営戦略をムーレで再現している。歴史家がオスマンによるパリ大改造を語る時、ゾラの小説をそのまま引用するほどで、このことからゾラは「時代の観察者（証人）」として広く認識されている。

したがって、我々が『B・D百貨店』の小説世界に身を置いて、主要作中人物のムーレやドゥニーズの視線を追うならば、当時の商業界を俯瞰し、百貨店の誕生、新旧商法の対立、大衆消費社会の原点と構造を体現することになるのである。

叢書は第二帝政社会を描くという設定である以上、ゾラが百貨店を舞台とする小説をシリーズに組み入れたことは当然のことと頷ける。では、19世紀後半に隆盛する新商業システムや消費の欲望を煽る百貨店をゾラはいかに創造したのか。本稿では、ゾラと同時代に生きた作家兼諷刺画家アルベール・ロビダ（1848-1926）との関連から『B・D百貨店』の考察を試みたい。

1840年生まれのゾラと1848年生まれのロビダは、普仏戦争の敗北と第二帝政の崩壊、パリ・コミュンンの悲劇から第三共和制社会へと流れる激動の時代を生き、双方、ジャーナリストおよび批評家としても活動した。19世紀後半のフランスで、実証主義と科学主義が権勢を振るう中、ゾラのみならず、ロビダの鋭い観察眼と時代を見据える客観的なまなざしは、当時においてはメディアとして機能し、現代においては19世紀後半のフランス

¹ ゾラはクロード・ベルナルの『実験医学研究序説』Claude Bernard, *Introduction à l'Étude de la Médecine Expérimentale*, Paris, Baillière, 1865 を文学に応用し、1867年頃から「ルーゴン＝マッカール」叢書 *Les Rougon-Macquart* の構想を練りはじめた。ルーゴン家、マッカール家5世代に亘る血の系譜を生み出し、第1巻『ルーゴン家の繁栄』（1871）から最終巻『パスカル博士』（1893）に至る全20巻でフランス第二帝政社会の全貌を描くとした。叢書には「第二帝政下における一家族の自然的社会的歴史」《Histoire naturelle et sociale d'une famille sous le second Empire》という副題が付けられている。これは、シリーズにおいて一族の中に緩慢に伝えられる遺伝的気質を辿るもので、祖先の身体的および神経的障害に端を発する性質が家系に属する人々へと伝えられ、さらに個々が身を置く環境に応じてどのように発現し作用するかを小説において実践するものである。また、これが同時に社会史にも成り得ることをゾラは初巻に添えた「序文」で明言している。

² 本稿においては以下のテキストを使用し、注においては作品名とページ数のみを略記する。また、引用文中の下線はすべて引用者による。Émile Zola, *Les Rougon-Macquart* (la Pléiade) tome III, *Au Bonheur des Dames*, Gallimard, 1964. また、本稿における日本語訳については、エミール・ゾラ著、吉田典子訳、ゾラ・セレクション第5巻『ボヌール・デ・ダム百貨店』、藤原書店、2004を参照した。

³ アリスティッド・ブシコー Aristide Boucicaut (1810 - 1877), フランスの実業家。1830年前後から服地や婦人雑貨を扱うマガザン・ド・ヌーヴォーテ le magasin de nouveautés 「最新流行雑貨店」と呼ばれた新しいタイプの商店が現れ始める。ブシコーはこのような店で大量販売等について学び、ボン・マルシェ百貨店の商法に発展させていく。

社会を臨場感溢れる視覚化で我々に呈するものと成り得ている。

そこで考察方法としては、小説と挿絵という関係からではなく、小説と風刺画の照応というロビダの“イマージュの批評”を介して『B・D百貨店』の解読を試み、ゾラが第三共和制の時代において、本小説で何を表象しようとしたのかを探究したい。

2. ゾラ『B・D百貨店』の概要

『B・D百貨店』は、1882年12月17日から1883年3月1日まで、日刊紙『ジル・ブラス』に連載され、その後、1883年3月2日、シャルパンティエ書店より出版された。まず、以下に『B・D百貨店』の粗筋を示しておく。

ドゥニーズ(20歳)はノルマンディー地方のヴァローニュ(架空の名称)から弟二人を連れて大都会パリに到着する。彼女は両親を亡くしてから弟達を養うために、ヴァローニュの洋装店で働いていたが、ラシャ商を営む叔父ボーデュを頼ってパリへ移ることにしたのだ。しかし、斬新な経営で日々周辺の中小商店を圧倒しているB・D百貨店のために叔父の店は傾きつつあり、それを目の当たりにしたドゥニーズは当惑する。悩んだ末、叔父の敵であるB・D百貨店の店員となる。

その後、ドゥニーズは百貨店の支配人オクターヴ・ムーレに会う。しかし、彼女は言い表しようのない漠然とした“畏れ”をムーレに抱く。ムーレは、天才的な閃きとアイデアでパリの全女性の心を征服し、経営に成功する野心を抱いていた。彼は広告を最大に活用し、店内ディスプレイやサービスにも配慮する。また、銀行家に人脈のある貴婦人アンリエット・デフォルジュの愛人となり、事業拡大のための資金を調達するなど、パリ中の女をいかに利用して成功を収めるかを日々画策していた。

百貨店に就職したドゥニーズは、同僚から馬鹿にされ、接客も未熟で収入も僅かしか得られなかった。彼女にとって貧窮と疲労といじめの耐え難い日々が続く。友人ポーリーヌや同郷の青年アンリらに支えられ、どうにか仕事を続けていくが、百貨店にも不況の波が押し寄せ、人員整理で容赦なく解雇されてしまう。

叔父の仲間である傘商ブーラの店で働く内に、ムーレの薄利多売の戦略が老舗小商店の経営を圧迫し、破産に追い込んでいる実情をドゥニーズは知る。これらの小規模経営者の間では、百貨店への反感が頂点に達していた。そして、ムーレを破産させようと逆に値下げ競争を仕掛ける計画が進められていた。

大都会での貧窮と労働はドゥニーズを精神的に成長させ、経験から学びとった自己の考えをしっかりと持つま

でに至る。ある日、ドゥニーズは偶然ムーレと再会する。彼女は大商店が中小商店を脅かす結果となっても致し方ないという考えを述べ、大商店の有能性を認めざるを得ない現状を理解していると語る。ムーレは成長した彼女の姿に感銘を受け、B・D百貨店で再び働くよう提案する。ムーレの計らいで復職したドゥニーズは、以前のようないじめを受けることもなく、接客等も完璧にこなし、さらに女性ならではのアイデアを次々に提案して店の利益に貢献していく。

女好きのムーレはドゥニーズと出会った当初から彼女に関心を向けて再三誘惑するが、ドゥニーズはこれを拒み続ける。どんな女も征服できると自負していたムーレは、決して思い通りにならない女に戸惑い、逆に恋情を掻き立てられる。ムーレは常に“女は男に従う者”“女は利用する存在”という意識で女性を扱ってきた。彼は結婚という形態で女性から征服されることを全く望んでいなかった。

ムーレに裏切られたアンリエット・デフォルジュはドゥニーズに敵意を抱き、さらにムーレへの復讐を企てる。アンリエットは、密かに独立の準備に暗躍していたB・D百貨店の重役ブルドンクルと結託する。そして、銀行家に新しい百貨店「四季」へ出資するよう働き掛ける。しかし、ムーレは、小商店との廉価競争に勝ち、ライバル店「四季」の火災事故も幸いして驚異的な売上げを達成していく。

ところで、B・D百貨店でのドゥニーズの地位は徐々に向上し、子供服売場の主任にまで昇進する。大きな発言力を持つようになったドゥニーズは、社員待遇や労働条件の改善についても提案し、これらをムーレに実施させていく。

経営者としてのムーレの才覚を理解し得たドゥニーズは、彼女が抱いたムーレへの畏れは、彼への“畏敬”であり、“愛”であることに気づいていく。しかし、真実の愛ならば結婚は当然であるという信念を崩さず、愛人になることを懇願するムーレの申し出を断わる。

B・D百貨店は第二次拡張工事を終え、新館オープン「大売り出し」は大成功を収めた。売上高は過去最高となり、ムーレが夢想した百貨店の成功は現実のものとなる。しかし、たった一人の女の愛を得ることができず、ムーレは苦悶する。そして、ついにムーレはドゥニーズに結婚を申し込み、彼女も自ら愛を告白して二人は結ばれる。

以上が、小説の粗筋である。要するに、近代における“商業革命”を描き出した大作であることは間違いない。

19世紀前半のほとんどの商店が、店内は薄暗い倉庫のような状態で、商品ディスプレイや客へのサービスは

なく、商品に値札もつけていなかった。商品を購入する際、客は店主と値引き交渉をしなければならず、精神的負荷もかかった。ゆえに、庶民にとってショッピングとは、必要を満たすための行為であって、欲望から物を買うという繋がりにはなかったのである。ブシコーの近代的商法は、旧来の形態を根本的に変革するものだった。豪華な店内、出入り自由、多種多様な商品、斬新なディスプレイ、値札の使用、定価販売、見切り品のバーゲンセール、クレジット販売、カタログ販売、返品可能、様々なサービス、集客を見込んだ文化戦略など挙げられる。これらに加え、社員教育、福利厚生、管理制度に至るまで、ゾラはムーレを用いてブシコーのビジネスモデルを余すところなく再現した。そして、このような百貨店の躍進により破産に追い込まれる小企業経営者の実像をボードデュに仮託し、ムーレとボードデュで表される対極関係の間にドゥニーズを位置づけ、物語進展のキーパーソンとしている。我々はドゥニーズの視点から商業界の光と闇を明瞭に捉え、百貨店という“消費欲を煽る装置”の誕生に立ち会うことになるのである。

3. ロビダの小説と風刺画

ここで、ロビダについて概要しておく。

アルベール・ロビダは、空想科学小説の著者として知られている。1866年、ロビダはウジェーヌ・フィリポン（シャルル・フィリポンの息子）の諷刺新聞『ジュルナル・アミュザン』（1856年創刊）に挿絵を掲載したのを機に、様々な諷刺新聞や雑誌へと活動の場を拡げていった⁴。ロビダの業績はその生涯において多岐にわた

⁴ フランスにおける近代ジャーナリズムの発展と新聞紙上における批評の問題について、以下に補足しておく。

フランスでは1830年頃から急激にジャーナリズムが発展した。これは、1820年代に普及し始めた教育制度に伴う識字率の上昇、人口の増加と都市集中などの理由から、それまで新聞や雑誌等の購買者層ではなかった下層ブルジョワジーや労働者階級までも取り込むようになったことと関係する。さらに、製紙技術や印刷技術の著しい進化により、大量印刷に向かう技術的、物質的条件が整ったことも挙げられる。こうしてフランス19世紀前半では、『フィガロ』（1826年創刊）、『シエークル』（1836年創刊）、『プレス』（1836年創刊）等が次々に刊行された。読者層の拡大による大衆化のための新聞の変容から、政治的見解を発表する場として大きく紙面を割くよりも、雑報の比率を増し、通俗的な連載小説を掲載して新聞顧客層の増幅を図る傾向が強まっていく。また、この傾向は芸術における基準の多様化を生んだ。サント＝ブーヴらの活動からも明らかなように、不特定多数の読者を想定した批評すなわち新聞紙上での文学批評のあり方にも変化を生じさせた。さらに、石版印刷技術の発達と向上が、挿絵や諷刺画を多数盛り込む新たな絵入り誌および新聞の形態を誕生させることになる（1829年5月、フランス初の週刊諷刺誌『シルエット』（1829-1831）が創刊）。1830年の七月革命でルイ・フィリップの立憲君主制が成立し、「1830年の憲章」によ

り、絵入り旅行記の制作をはじめ文学作品、児童書の挿絵なども数多く手掛けた。また、1880年以降は諷刺新聞『カリカチュール』（1880-1904）の編集長を務め、およそ12年に亘り本紙を牽引した⁵。この『カリカチュール』に携わりつつ、1880年前後より冒険小説、歴史小説、近未来小説の執筆も開始する。いずれも自作の挿絵付きで発刊しており、特に『20世紀』（1883）、『20世紀の戦争』（1887）、『20世紀 - 電気生活 -』（1892）は、空想科学小説三部作として評判を呼び、“未来の幻視家ロビダ”の名声を高めるに至った⁶。

ロビダは、軽妙でユーモラスな表現を織り交ぜながらリアルタイムのフランス社会を諷刺新聞に投影し、近末

り言論の抑制が解かれたのを機に、パリを中心に諷刺画熱が高まりを見せる。シャルル・フィリポンは、『カリカチュール』（1830年創刊）、続いて『シャリヴァリ』（1832年創刊）をドーミエ、グランヴィル、ガヴァルニ等、優れた気鋭の諷刺画家を起用して刊行を進めた。「1830年の憲章」で言論の自由が保障されたにも拘わらず、政治諷刺に対する統制と抑圧は強く、1835年には新聞や結社の自由を圧制する「九月法」が成立し、政治的諷刺画の刊行が困難となる。同年、フィリポンの『カリカチュール』は政府によって強引に廃刊され、『シャリヴァリ』は政治諷刺から社会諷刺へと転換を見せる。このような絵入り新聞は、徐々に痛烈な政治諷刺から風俗・社会諷刺へと領域を拡げていく。近代社会の成立と相まって大衆の興味に応える最新情報を新たな価値（商業的役割）とする近代ジャーナリズムを背景に、リトグラフの活用による新聞のヴィジュアル化で絵入り諷刺新聞や雑誌が創刊され、19世紀後半にはさらに多様な諷刺新聞が続いていくことになる。たとえば、*Le Nain Jaune* (1863-1876), *La Lune* (1865-1868), *L'Éclipse* (1868-1876), *Le Grelot* (1871-1903), *La Petite Lune* (1878-1879), *Monde plaisant* (1878-1885), *Les Hommes d'aujourd'hui* (1878-1899), *Le Rire* (1894-1950) などが挙げられる。このような状況下で、1880年にロビダが関わることになる『カリカチュール』がジョルジュ・ドゥコーにより創刊された。

⁵ ロビダは、『カリカチュール』、1880年1月3日創刊号より1892年6月25日652号まで編集長として従事した。カラン・ダッシュ、ルイ・モラン、ジョブらの諷刺画家を登用し、ロビダ自らも戯画や文章の掲載を行った。本紙は、フィリポンの諷刺新聞『カリカチュール』と同名であり、フィリポンへのオマージュを明瞭に示す意図からその名を承継したに他ならない。絵入り新聞における紙面上の戯画（イマージュ）と文字（テキスト）の割合は様々だが、ロビダは各号（紙面：8ページ）の大半を戯画で構成している。いわば“イマージュの批評”に拠って、現代性と時事性からリアルタイムの関心事を報じ、また写真製版技術の活用で、時に繊細かつ仔細な戯画表現の迅速な掲載を可能とした。こうしてロビダは、情報提供の即時性とメディアの速報的意義を満たしつつ、本紙の週刊を継続していったのである。

⁶ Albert Robida, *Le Vingtième Siècle*, G.Decaux, 1883.

Albert Robida, *La Guerre au Vingtième Siècle*, G.Decaux, 1887.

Albert Robida, *Le Vingtième Siècle, La Vie électrique*, Librairie Illustrée, 1892.

『20世紀』シリーズは、執筆当時からおよそ70年後の未来社会を舞台としているが、執筆時の社会思想や社会的関心事を小説の筋に反映し、最先端テクノロジーの帰結から展開し得る未来の暮らしを予測して著したものである。

来小説では当時の最先端テクノロジーの帰結から未来社会を具体的に創造してその影響と懸念までも含め描いた⁷。いずれにせよ、我々は鋭い観察眼で時代を見据えるロビダのまなざしをそれらから感じずにはいられない。

ロビダの『20 世紀』シリーズには、近未来小説でありながらもゾラが叢書で著わした 19 世紀フランス社会の相貌と同質のものを見出せる。たとえば、文学、芸術、社会問題、風俗、消費、モードに至るまで多数挙げられる。また、『20 世紀』と『B・D 百貨店』は、双方、1883 年に発表されており、両者が女性の社会進出と社会的権利の拡張を色濃く描き出していることも注目すべき点といえるだろう。

ロビダがゾラの活動と新たな文学の展開を鋭敏に観察したことは、彼が多数描いたゾラに関する戯画からも認められる。特に、1880 年、『カリカチュール』創刊号で叢書第 9 巻『ナナ』を取り上げて以降、ロビダは自然主義の芸術的反響と衝撃をとめどなく追い、ゾラの活動を本紙に掲載し続けた。たとえば、第 10 巻『ごった煮』、第 11 巻『B・D 百貨店』、第 12 巻『生きる喜び』(1884)、第 13 巻『ジェルミナル』(1885)、第 14 巻『制作』(1886)などである。このように小説が発表されるや詳細な作品分析を行い、戯画を制作したのである⁸。

⁷ 空想科学小説の作家として、ロビダはジュール・ヴェルヌ(1828-1905)と人気を二分したにも拘らず、徐々に忘れ去られた存在となる。ロビダがヴェルヌと異なる点は、冒険仕立ての未来小説ではなく、未来社会の日常生活を実際的に予見して描いた点にある。あくまでもロビダの関心は、彼が生きる 19 世紀においても未来においても、ゾラと同様に「現実感覚」の創出にあったといえるだろう。当然ながら、予測した未来に到達した時代では、ロビダへの関心は失われていく。しかし、19 世紀の人間が 20 世紀の社会をどのように予測し、捉えていたかを知る上で、我々はロビダのパースペクティブな視座から様々な示唆を得ることができる。

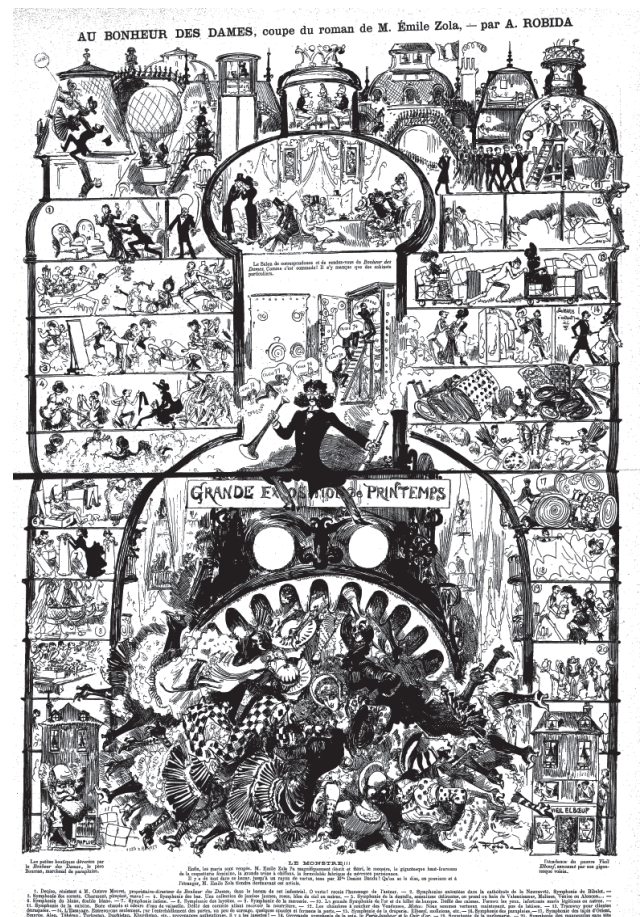
⁸ 資料元：

- Le site des archives d'Émile Zola, [Le site des archives-zoliennes est développé par l'équipe Zola de l'ITEM (CNRS-ENS)], <http://www.archives-zoliennes.fr/>
- 「フランス国立図書館デジタルライブラリー」Gallica, <http://gallica.bnf.fr/> (以下、Gallica と略記する)
Gallica では、『カリカチュール』第 53 号 (1881 年 1 月 1 日付) から最終号の第 1305 号 (1904 年 12 月 31 日付) までが閲覧可能である。
- ロビダ「ナナ」: Albert Robida, Nana-*Revue*, *La Caricature*, n° 1, 3 janvier 1880, *De jadis à demain, voyages dans l'œuvre d'Albert Robida*, Musée Antoine Vivenel Compiègne, 2010, p. 51.
- ロビダ「ごった煮」: Albert Robida, *Pot-Bouille* ou tous détraqués mais tous vertueux, *La Caricature*, n° 124, 13 mai 1882, Gallica.
- ロビダ「ボヌール・デ・ダム百貨店」: Albert Robida, *Au Bonheur des Dames*, coupe du roman de M. Émile Zola, *La Caricature*, n° 170, 31 mars 1883, Gallica.
- ロビダ「生きる喜び」: Albert Robida, *La Joie de vivre* ou le bonheur de se pendre, *La Caricature*, n° 220, 15 mars 1884, Gallica.

4. ロビダの風刺画「B・D 百貨店」

風刺画といっても描かれた時代、分野、対象、画家によって様々な特徴が挙げられる。ロビダの風刺画には、ドーミエやグランヴィルとはまた異なる独創性が感じられる。特に、一枚の戯画が多数のモチーフの混在で描かれ、また文字との組み合わせで表現されているものが比較的多い。

1883 年 3 月 31 日に刊行の『カリカチュール』170 号に掲載された戯画「B・D 百貨店」⁹もこの特徴を明瞭に示すもので、画面からはみ出さんばかりの巨大な百貨店が全面を占め、その中央にはムーレが君臨し、建物の階構造を示す断面に小説の様々な場面や百貨店の商品が描き込まれている。また、細かく仕切られた部屋に①～⑳の番号が付され、補足も書き添えられている。



ロビダ「B・D 百貨店」(全体図)

- ロビダ「ジェルミナル」: Albert Robida, Quelques croquis charbonnés sur *Germinal*, de Zola, *La Caricature*, n° 281, 16 mai 1885, Gallica.
- ロビダ「制作」: Albert Robida, *L'Œuvre* d'Émile Zola, — Croquis par A. Robida, *La Caricature*, n° 332, 8 mai 1886, Gallica.

⁹ 前項と同じ(本稿以下の部分図・拡大図も出典は全て同じ)

多数の場面と文字の一体化で一枚の戯画に表象されたロビダの「B・D百貨店」は、小説の世界観を見事に翻案している。近代における商業界の転換期に浮上した様々な側面をゾラは小説世界に構築し、物語におけるエピソードの総体で大衆消費社会の相貌を読み手に眺めさせようとした。この戯画は、我々にそのことをまず再認識させてくれる。ゾラは、ムーレの百貨店での戦略とその波及により生じる多様な問題点を多数の作中人物を用いて各々の視点から描き出し、社会的問題をも絡め取る。小説『B・D百貨店』は、当時の現実世界のまさに“パラレル・ワールド”の創造である¹⁰。それこそが、客観的事実の提示から真理を浮かび上がらせようとする自然主義文学の目指すところであり、我々はゾラが小説に保管したその世界観に何を読み取るべきか。

ロビダのイマージュは十分にその指標となり得る。小説『B・D百貨店』が刊行された1883年に、正確な事実の報道を使命とするジャーナリストの活動において戯画「B・D百貨店」を制作し、公示した事実がまず指摘できる。ゾラは、叢書第7巻『居酒屋』（1877）の出版による販売部数の商業的成功でその地位を確立し、自然主義の中心的存在として注目を集めた。この状況に対して、自然主義およびゾラへの批判が新聞紙上に増殖する¹¹。こうした文学論争が沸き立つ中、自然主義を揶揄し、ゾラを諷刺したスカトロロジーの戯画が無数に描出されていく。特に、1880年以降、自然主義への批判は増大する。しかし、ロビダはこのような風潮に左右されることなく、自然主義の活動（文学・演劇・批評）に対しても、ゾラに対しても冷静なまなざしを向け、独自の見解を報じていく。

また、ロビダはゾラに関する戯画以外にも、時代や歴

史、社会や風俗、多様な文化をテーマとする多数の風刺画を同紙に掲載している。そして、それらが当時の“近（現）代性（モデルニテ）”の問題と不可分な位置づけから問われている点も、ロビダの見解に信憑性を見込めるものとする¹²。

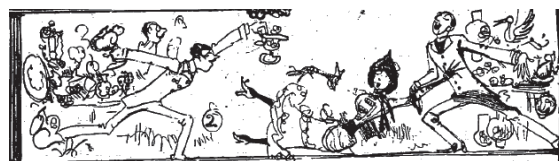
5. ロビダ「B・D百貨店（部分）」〔資料①～⑭〕

まず、ロビダが小説から抽出した①～⑭の場面について、各番号の図画と補足（書き込みの要約）を以下に示す。

①百貨店の支配人ムーレを拒絶するドゥニーズ



②置物や工芸品の売り場



③コルセットの売り場



④ストッキングの売り場



⑤レースの売り場



¹⁰ ゾラは様々な新聞雑誌に膨大な数の寄稿を行い、ジャーナリズムを戦略的に活用して文学理論および文芸批評を公示し続けた。さらに、新聞雑誌に掲載済みの論稿を再編纂し、最終的に単行本に再録して、『わが憎悪』（1866）、『実験小説論』（1880）、『演劇における自然主義』（1881）、『自然主義の小説家たち』（1881）、『論戦』（1882）などの評論を刊行した。ゾラはこのように文学理論をめぐる論陣を張りつつ、文学の素材としてはタブーとされてきた人間の生に属するあらゆる現実を小説の対象として取り込み、人間の本能的欲望、衝動、快楽、狂気、性欲に至るまで容赦なく露呈させた。自然主義作家が目指す高みはアカデミックな文学規範を逸脱するものであって、保守的な批評家たちからは嫌悪すべき低俗な文学と見なされた。

¹¹ たとえば、批評家のフェルディナン・ブリュヌチエールは自然主義作家に敵対的な評論を報じ続けた。ブリュヌチエールは1882年に論評『自然主義文学』を刊行したが、1896年の決定版に至るまで本書の改訂を継続した。また、ゾラの初期小説『テレーズ・ラカン』（1867）発表で、ルイ・ユルバックは『フィガロ』紙（1868年1月23日付）で『腐敗した文学』と酷評し、『居酒屋』ならびに『ナナ』出版後も、道徳性、猥褻性を徹底して鋭く批判していく。

¹² 有富智世、「ロビダのまなざしとイマージュゾラとの関連から」、日本フランス語フランス文学会中部支部、「研究報告集」第39号、pp. 43-69, 2015を参照されたい。『カリカチュール』紙にロビダが掲載した戯画「ナナ」とゾラとの関連等で考察を行い、フランス近代社会の検証、自然主義文学の分析においてロビダを介した考察の有用性を明らかにした。

⑥下着の売り場



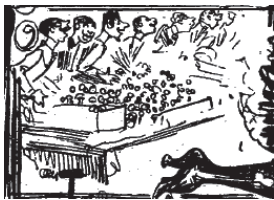
⑦室内着の売り場



⑧子供用品の売り場

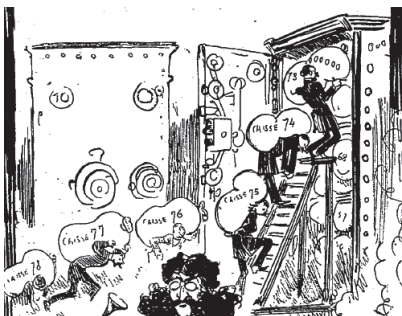


⑨小間物類（日用品・化粧品）の売り場

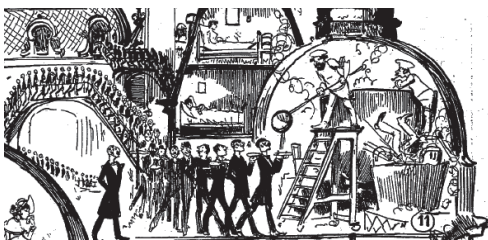


⑩金貨と札束（会計係の行列）

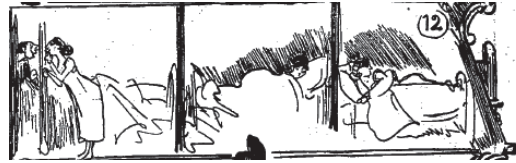
買い物マニアの妻や愛人がいる不幸な夫たち
「目を閉じてください」



⑪料理（食事の受給で並ぶ社員の列）



⑫「女性店員の寝室です。しっ！今や我々は高潔だ！
愚かな行為はだめですよ。」



⑬買い物マニアの婦人客を運ぶトラム



⑭試着室



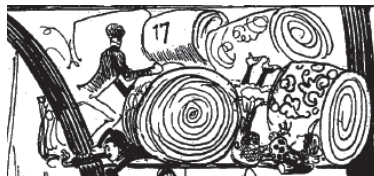
⑮毛織物の売り場（ラシャ、メルトンなど）



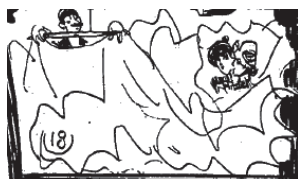
⑯傘の売り場



⑰絨毯の売り場



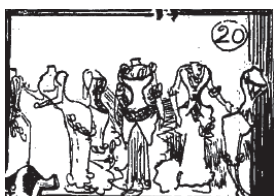
⑱絹織物の売り場（パリ＝ボヌールとキュイール・ドール）



⑱香水の売り場



⑳マネキン（頭部なし）



以上の①～⑳を改めて概観するだけでも、観る者に小説『B・D百貨店』で重奏的に繰り広げられた物語の各エピソードを一気に想起させる。ロビダがそれを狙って、戯画「B・D百貨店」を構成したと思われてならない。

それでは、社会背景との関係も含め、①～⑳の図画と小説との照合から探りたい。

5.1 パリ万国博覧会と百貨店

ロビダの「B・D百貨店（部分）」〔資料①～⑳〕には、様々な商品が取り上げられている。これは、19世紀後半、特に百貨店の出現で商業界全体に定着を見たといえる“商品のディスプレイ（陳列）”の問題と直結している。

百貨店の発展過程と同時期に開催されたパリ万国博覧会¹³（以下、「万博」と略する）では、鉄とガラスの巨大な建築物（博覧会場）の中に工業製品や産業製品が展示された。これにより、人がこの展示品の間を歩きながら“物”を眺めるという観賞の文化が生まれた。多数の人と物が集まる場所での展示のあり方は、そのまま百貨店の建物とその内部に転用され、各フロア構造や商品ディスプレイに変革をもたらした。

さらに、万博で人気のアトラクションだった水族館も百貨店における商品ディスプレイに影響を与えた。鉄枠にガラスがはめ込まれ、天井から採光して水槽内だけを光り輝かせた水族館は、まさに夢とファンタジーを売る百貨店の商品イメージと合致した。商品ディスプレイでは照明が活用されるようになり、ショーウィンドーの陳列に更なる効果を上げた。これには、百貨店の外部にいる“単なる通行人”までも店内に引き入れようとする意図が働いていた。それまで人々が見たこともない奇抜で斬新なディスプレイが、必要か否かとは無関係に、欲望

から消費させる回路を開いたのである。

たとえば、『B・D百貨店』の次の引用を見ておきたい。

まず、ドゥニーズたちが魅惑されたのは、ある複雑なアレンジメントだった。ショーウィンドーの上方では、斜めに置かれた何本もの雨傘が、田舎風の小屋の屋根らしき形を作っている。その下では、傘の柄に吊り下げられた絹のストッキングが、ふくらはぎの丸みをおびた横顔を見せている。薔薇の花束模様をちりばめたストッキングもあれば、透かし入りの黒、隅に刺繍をほどこした赤、光沢のある肌理がブロード女性の肌の柔らかさを思わせる肌色など、ありとあらゆる色合いのストッキングもある。そして、陳列台のラシャ布の上には、手袋がシンメトリックに並べられていたが、そのビザンティンの聖処女のように長くのびた指とほっそりとした手のひらは、まだ使用されたことのないシフォンの、少女のようにかたくなな魅力を湛えていた。だが、とりわけ彼らを釘付けにしたのは、最後のショーウィンドーだった。そこでは、絹とサテンとビロードの陳列が、ふるえるような柔らかな色合いで、花々のように繊細な色をして咲きほこっていた。¹⁴

田舎からパリに出てきたドゥニーズが、大都会の百貨店を最初に目にし、ショーウィンドーのディスプレイに心を奪われる様子を描いたものである。ショーウィンドーの内部がドゥニーズの目を通して描写されることで、彼女が受け止めた衝撃の大きさが表現されている。当時の百貨店での陳列がいかに“新奇性”を伴うものであったかをこの引用は端的に物語る。

百貨店が出現するまでの中小商店は、複数の種類の商品を扱うのではなく、傘、帽子、靴、布地など、ジャンル別で商売を行うのが一般的だった。引用のウィンドーディスプレイは、“何でも売っている店”という百貨店のコンセプトをはっきりと打ち出している。したがって、一つのショーウィンドーの中で商品を共演させて提示する新たな商法を、ゾラは読み手に視覚という共通感覚を介し、客観性を補強して表現することで、新商法のスタイルとその意図を明確化したのだと理解できる。ロビダが戯画に組み入れた〔資料②～⑨、⑮～⑲〕の商品の意味を探り、小説との照応で考察するならば、ロビダの戯画がこのゾラの意図を明瞭な形で誇示したものと解せられる。

5.2 商業空間のスペクタクル

ブシコーは、外部から百貨店の内部へと注がれる視線を捉えただけではない。内部に引き入れた客をさらに誘

¹³ 19世紀にフランスで開催されたパリ万国博覧会は、第1回1855年、第2回1867年、第3回1878年、第4回1889年、第5回1900年である。

¹⁴ *Au Bonheur des Dames*, p. 391.

惑する戦略を実施した。ブシコーは、鉄とガラスの建築でボン・マルシェ百貨店を設え、その内部に巨大な吹き抜けの空間を生み出す。そして、その空間で、ショーウィンドーの何十倍もの迫力をもって“商品のスペクタクル”を演出し、女性客の心をさらに揺さぶる仕掛けを施した。

『B・D百貨店』の次の引用でも、奇抜な陳列を目にした女性客が、一目で心を奪われ、その場で釘付けにされる様子が描かれている。

「ねえ、見て！」ド・ボーフ夫人は空中に目をむけたまま動かなくなった。それは日傘のディスプレイだった。すべて一杯に開かれた日傘が、天井のガラス窓からニス塗りのナラ材の軒蛇腹の削形まで、さながら首飾りのように円を描いて並んでいた。上の階のアーケードのまわりでは日傘が花綱模様を成し、また鉄の柱に沿って花輪の形にディスプレイされ、回廊から階段にかけて手摺りにずらりと隙間なく並べられていた。そして、壁面のいたるところでシンメトリックに配置され、壁を赤や緑や黄色で派手に染め上げていた。それはまるで、何かとてつもない祭りのために灯されたヴェネチアン・ランプのようだった。[...] マルティ夫人はすっかり心を奪われ、その気持ちを言葉にしようとしたが、ただこんな風に叫ぶしかなかった。「まるで夢の国のようね」¹⁵



ロビダは、戯画「B・D百貨店」の画面中央下部に、百貨店に押し寄せる女性客を描き、その殺到するすさまじい様子で観る者の関心を百貨店内部へと向かわせる(上記の部分図)。この構図のストラテジーから観る者に女性客のその後を追わせるのである。小説では、女たちが百貨店に入るや否や、様々な売り場へと拡散し、各売り場でミニドラマが展開されていく。したがって、ロビダは百貨店の入り口から各売り場へと繋がる流れを意識

して戯画を構成している。先述したように、小説では魅惑的なディスプレイによって百貨店の外部から内部へと客を誘い、取り込んだ客は絶対に逃さない方策が描かれている。そして、次なる仕組みに乗せ、必ず買わせる戦術がムーレにより実践されていく。この仕組みの要となるのが消費者心理を突いた“接客”や“サービス”である〔資料⑩など〕。様々な女性客のタイプを用いて、どんな女も抗えない画期的な新商法がクローズアップされていく。そして、物を買わせる消費のサイクルに女性客はただ嵌め込まれる。その帰結として〔資料⑩金貨と札束〕が挿入されている。ゾラは多数のエピソードの混在からこの事実を暴いていく。当然ロビダは、ゾラの意図を見逃してはいない。百貨店が先駆けとなり広まったといえる顧客サービスは、身分や地位に関係なく実施され、女性客はまるで宮殿に住む王妃のように扱われた。ロビダの図画の細部(各売り場)では、女性客に商品を捧げて腰を落とし、あるいは膝まずく店員が描かれている。女性店員が多数を占めていたにも拘らず、ロビダの各図画では、すべての売り場で男性店員が接客する様で示されている。コルセット、ストッキング、下着、室内着の売り場のみならず、試着室の様子においても女性客に奉仕する店員は男性の姿で描かれているのだ。この誇張をカリカチュアにおける特徴やユーモアと簡単に片づけて良いだろうか。

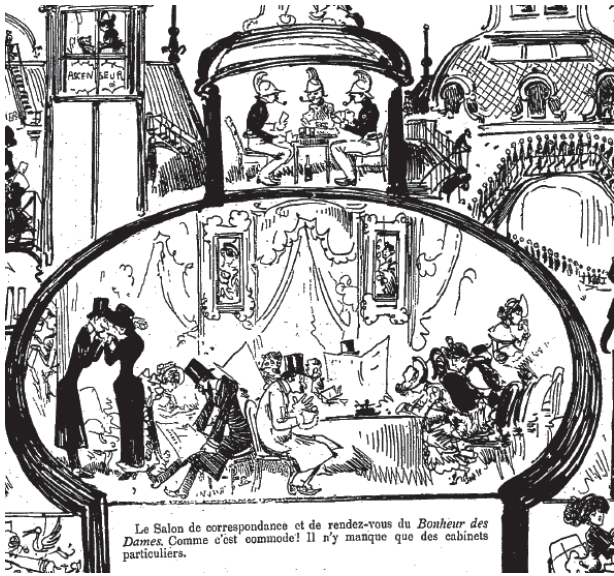
ゾラは、19世紀前半までの商業形態とは異なる“絶対的な客の優位性”を、商業革命がもたらした重要な点と捉えていた。ロビダは“女性の優位性”を際立たせることでそれを表現したのである。

また、集客から消費に至る様々な駆け引きのドラマが、小説空間において集団心理を浮上させる域にまで達し、ロビダはこの集団心理を戯画全体で指摘しようと試みている。ゆえに、「B・D百貨店」の戯画構成において、全体から細部へ、細部から全体へと観る者が何度も目を動かして画の中に入り込み、書き込み(補足部分)にも目をやって、細部と全体の関係性を探ることをロビダは狙っている。ゾラが小説に描き取った近代商業の世界観を、ロビダはこのようにして翻案し、商業空間をスペクタクル化して戯画に集約したといえる。

5.3 集客戦略

百貨店が実践した接客方法のあり方に絡め、ここでは集客を意図して実施された顧客サービスについても触れておきたい。ロビダの戯画の上部中央部分(下記の部分図)を見ると、この図画への補足が以下のように書き添えられている。

¹⁵ *Au Bonheur des Dames*, p. 619.



ポヌール・デ・ダム百貨店での密会や待ち合わせの部屋
「なんて好都合なんだ！個室はないけれど」

ブシコーは顧客サービスを徹底して考案していく。たとえば、この「読書サロン」という部屋である。ボン・マルシェにきた買い物客は、無料でこの部屋を使用でき、サロンには雑誌や新聞が置かれてあって、誰でも自由に読むことができた。ご婦人方の間では、「待ち合わせはボン・マルシェで！」が合言葉となる。このように、一旦、客を入店させてしまえば、あの手この手で誘惑の罠を仕掛けることができる。たとえば、買い物で疲労した客に無料でシロップなどを提供するビュッフェも併設していた。様々なサービスと心地よい接待で疲れを癒した客は、少しでも長く店内に留まることを望む。これこそが消費のサイクルへと客を引き戻し、消費のシステムに乗せていくために提供されたサービスだった。ゾラは、資本主義経済がもたらしたこの“消費の仕掛け”を小説で露呈し、消費とはいかなるものかを大衆に問うている。ロビダはこの点も鋭敏に受け止めている。だからこそ、戯画「B・D百貨店」の中央上部に、他とはやや隔てる形で「読書サロン」を位置づけ、本図画の真下に補足の書き込みも入れて、観る者の注意を促しているのである。

5.4 宣伝と広告の時代 —社会的モラルを超える—

ロビダの戯画では、〔資料③⑥⑦〕のように女性の下着や室内着といった商品についても取り上げられている。ブシコーは販売戦略において、広告を最大に活用し、商品イメージを具体的に伝えるイラストを効果的に使用した。

しかしながら、コルセット、下着、室内着などに関する宣伝のためのイラストでは、当時の社会的モラルを乗り越える必要があった。同時代に同様の問題と対峙して

いたのが、現在のファッション雑誌の原形と言われている『ラ・モード・イリュストレ』*La Mode Illustrée* (1860-1937)¹⁶などである。本誌は、下着のイラストでは人体を省くことで雑誌への掲載を可能にしていく。百貨店も宣伝と広告のみならず、カタログ通信販売において同様の方策を取る。急激な経済発展では、その背景にある社会的モラルをも変換させていく力が働くことをゾラは明らかに捉えている。ロビダはその表出についても取りこぼしてはいない。〔資料⑳マネキン（頭部なし）〕の戯画への挿入は、そのことをまた明瞭に裏付けるものである。

5.5 新商品と目玉商品

ロビダの戯画〔資料⑳⑰〕の置物や工芸品、絨毯などの商品について考えたい。19世紀後半は、万博の開催でオリエンタリズムや異国趣味が西欧社会を席捲した。特に、世界に対して門戸を閉ざしていた日本が、第2回パリ万博に参加したことで、西欧社会に日本ブームが巻き起こった。産業・工業のレベルで西洋諸国から遅れをとっていた日本は、主に美術工芸品を出品して万博に参加した。こうして、日本や中国の陶磁器や美術工芸品、アジアの絨毯などが、西欧社会における中産階級のサロンを飾っていく。当時の万博では、展示物に値札がつけられ、販売もされていた。日本の美術工芸品や日用品は、西洋では“新商品”であり、博覧会場から百貨店の売り場へと横滑りする現象を生み出した。ロビダの戯画〔資料⑳⑰〕の挿入は、この現象を示唆している。百貨店は、消費者に“新しいもの・珍しいもの”を常に提示して、それを所有することがステイタスの誇示となるよう仕向けていく。このような販売戦略の背景には、回を重ねる度に規模を拡大し、世界中から人と物が集結したパリ万博が、新商品発掘の絶好の機会を生み、流行というキーワードの源であったといえる。そして、当時の人々がこの現象をビジネスレベルで捉えていたことにも我々は気づかされるのである。

ところで、小説ではムーレの様々なアイデアが紹介されていく。たとえば、現代に通じるカタログ通信販売、クレジット販売、返品交換を可能にするシステムなどである。その中で、ムーレの“目玉商品”のアイデアに注目しておきたい。ムーレは、春物の新作生地の大売出しのために「パリ＝ポヌール」と呼ばれる上質の絹織物をリヨンで仕入れ、薄利で販売することを決める。これに対し、重役のブルドンクルは、5フラン60サンチー

¹⁶ 19世紀後半に現れたモード誌の中では最も重要なものの一つ。1860年～1937年刊行の大判雑誌。毎週日曜日に2万部程度発行。当時、下着やコルセットを描き出すことはタブーとされていた。このモード誌は婦人用下着を初めて掲載した雑誌の一つとしても知られている。

ムという安すぎる価格設定に文句をつける。そこで、ムーレは次のように語る。

「確かに、この商品については、一枚につき何センチムか損をするだろう。だが、それは私の望むところだ。損は出る。しかし、その後は？ もし、女という女をこの店に惹きつけて、こちらの思いのままに扱うことができれば、女たちは山と積まれた商品を見て誘惑され、狂乱して、よく考えもせずに財布を空にするとしたら、実に結構なことじゃないか。いいかね、重要なのは女たちの欲望に火をつけることだ。そのためには、女たちの気に入るような目玉商品が一つ必要なんだ。こうして、一旦、女たちの欲望に火をつけてしまったら、他の店と同じような値段の商品も容易に売ることができる。女たちは、高い品物でも安いと思って金を払うことだろう。たとえば、我々の“キューール・ドール”だが、7フラン50センチムのこのタフタは、どこでもこの値段で売っている。しかし、一緒に並べておけば、同じようにとてつもない奉仕品だと思われて、それだけで“パリ＝ボヌール”の損を埋め合わせることができるんだ……今にわかるさ、見てたまえ。」¹⁷

ロビダの図画〔資料⑱絹織物の売り場（パリ＝ボヌールとキューール・ドール）〕は、本引用箇所にも依拠している。そして、このような“目玉商品”の創出と見切り品を売って在庫を一掃する“バーゲンセール”のアイデアが、ムーレにより一体化されていく。

改めてロビダの「B・D百貨店」を見てみると、中央のムーレの背後には「春物大売り出し」の看板が掲げられている。画期的な新商法は、近隣の老舗小商店を廃業へと追い込むこととなる。ロビダは、巨大な百貨店の両端に、小説中の二つの小商店を配している。一つは、「ボヌール・デ・ダム百貨店に食いつぶされた小商店、プーラじいさんの傘屋」（以下の部分図、[1]の補足）である。もう一つは、ドゥニーズの叔父が経営するラシャ商店で、「老舗エルブフ商店の退廃、巨大な隣人により撲殺」（以下の部分図、[2]の補足）と書き込みがなされている。このプーラとボーデュの店は、百貨店と極端なまでの大きさの対比で同一戯画内に構成されている。ロビダは小企業経営者たちの敗北を戯画の下部両隅に配置することで鮮烈に印象づけた。巨大な組織デパートを誇張するとともに、時代の転換期に大商店の進出で踏み潰された小商店の実態をイメージとして保管したといえる。

〔1〕 戯画の左下の部分)



Les petites boutiques dévorées par le Bonheur des Dames, le père Bourras, marchand de parapluies.

〔2〕 戯画の右下の部分)



Décadence du pauvre Vieil Elbeuf, assommé par son gigantesque voisin.

5.6 人事制度の構築

小説では福利厚生制度がドゥニーズの提案で実現されていく。無料の社員食堂や社員寮など（ブシコーの妻、マルグリットの提案を小説で再現したもの）、数多くのエピソードの中からロビダが福利厚生に関するエピソードを抽出していることは興味深い〔資料⑪⑫〕。その他、労働条件、昇任・昇給制度、社内預金制度などについても〔資料⑧子供用品の売り場：ドゥニーズが主任となり担当する売り場〕、ボン・マルシェ百貨店の経営システムが次の時代の模範となったことは確かである。このように、ゾラが単に消費のあり方の変容に注目しただけではなく、企業のあり方、労働における人権問題、男女平等など、革新的な側面も含めて小説世界を構築していることがロビダの図像から再認できる。

（〔資料①⑤⑳〕に関しては章を改めて引き続き考察を行う）

6. 消費社会が生み出したモードと新たな女性のイメージ

ロビダが戯画の細部で取り上げたどの商品も当時の女性たちを惹きつける品々だが、特に“レース”〔資料⑤〕に対する憧れと信奉は、作中の女たちの会話に頻出している。機械化によるコストダウンは、レースの値段を庶民にも手の届く価格にし、室内着やコルセット、ハンカチや下着にも使用され、女たちの購買意欲を強烈に刺激した。“レースを所有すること＝幸福の体現”となり、百貨店が“贅沢の民主化”を大々的に押し進めた点が浮かび上がってくる。

ここで、ドゥニーズが注目したショーウィンドーの描

¹⁷ Au Bonheur des Dames, p. 425.

写を見ておきたい。

一番奥には、高価なブリュージュ産レースの大きなスカーフが、赤茶色がかった白の二枚の翼を広げ、祭壇を覆う幕となっていて、アランソン・レースの裾飾りが、花輪模様がちりばめられている。それから両手いっぱい抱えられるほどのありとあらゆるレース、マリーヌ・レースやヴァランシェンヌ・レース、ブリュッセル・レースやヴェネチアン・レースが雪のように降り落ちている。その右側と左側には、ラシャの生地が黒っぽい柱を立てたように置かれていて、そのためにこの遠くの聖所はさらに奥まって見えた。そして、既製服が展示されているのはここ、女性の魅力に捧げられたこの礼拝堂の中であった。[…]マネキンたちの豊かな胸は布地をふくらませ、肉付きの良い腰はウエストの細さを強調し、頭部はなく、その代わりに大きな値札が、首の赤いメルトン生地に針で刺されていた。そして、ショーウィンドーの両側に張られた鏡は、計算された効果によってそれらを反射し、無限に増殖させて、これら売り物の美女たちで通りを満たしていた。彼女たちは頭の代わりに大きな数字で書かれた値札をつけているのだった。¹⁸

ゾラが「祭壇」や「聖所」と描いた場所は、「既製服のショーウィンドー」であり、「女性の魅力に捧げられた礼拝堂」とも表現されている。これは、大衆消費社会の誕生によって、女たちの信奉が聖なる礼拝堂から消費の宮殿へと移行したことを表している。大聖堂は、百貨店にとって代われ、女たちの心を占める“新たな宗教”の誕生に喩えられている。ショーウィンドーのマネキンには「頭部」がなく、その代わりに「大きな値札」が針で留められている。ロビダの戯画〔資料②⑩マネキン（頭部なし）〕は、小説の本箇所を描いたものに他ならない。

オートクチュールビジネスは、第二帝政の開幕とほぼ同時期に、イギリス人デザイナーのフレデリック・ウォルトにより創出された。そして、オートクチュールの徹底的な“差別化（一点もの）”に対し、プレタポルテ（既製服）による大量生産と薄利多売の経営システムを成立させたのが、百貨店による“流行商品”のアイデアである。百貨店は、流行の品を所有していることがトレンドとなるよう人々を教化していく。「頭部のないマネキン」は、消費社会が生み出した“思考しない”あるいは“個性のない”人々を示している。また、「頭部」の代わりに「値札」が針で留められているという描写は、各人が個性（内面）ではなく、何を身に着けているか（外面）で社会的地位が見定められることを示唆している。すな

¹⁸ *Au Bonheur des Dames*, p. 392.

わち、ファッションに対してどれほど支出できるのかが、財力を推し量る根拠となる。階級社会崩壊以前の各階級に義務付けられていた衣服の制度とは異なり、人が何を着てもよい時代では、ファッションが個人の財力を誇示することとなる。人々は衣服で互いを読み合うようになり、社会的に“見る・見られる関係”が拡大していく。このような社会では、百貨店が宣伝する流行商品で身体を整えれば、おしゃれ度や金銭面においてスタンダードからは外れないことになる。後は、買えるか否かが問題なのだ（「値札」は価格明示の重要性も強調している）。既製服という廉価商品の登場が、このような価値観を生み出した。大衆消費社会の誕生によって生じた“ファッションにおける価値の変容”“ファッションとステイタス”といった問題を、ゾラは頭部のないマネキンの首を覆う「メルトン生地（赤）」と、そこに留めつけられた「値札（白）」という赤と白のコントラストを際立たせ、読み手に明示したといえるだろう。

引用には、「ショーウィンドーの両側に張られた鏡は、計算された効果によってそれらを反射し、無限に増殖させて、これら売り物の美女たちで通りを満たしていた。」とある。個性を尊重しない大量生産による既製服販売では、「頭部（顔）のないマネキン」を最新のファッションで装い、大衆にアピールする。流行を仕掛ける売り手と消費者を繋ぐショーウィンドーでは、一体のマネキンが鏡の効果を利用して複数体へと数を増す。そして、通りを行き交う複数の女たちの視線を捉える。「頭部のないマネキン」に、多数の女たちが自分の顔を据え置き、ショーウィンドーに羨望のまなざしを注ぐ。そして、流行のファッションで身なりを整えたいという欲望が消費へと加速させる。マネキンと同じスタイルを手に入れた女たちは、“生きたマネキン”となり、百貨店の外を自由に歩き回る。そして、売り手以上に熱を込めて、様々な場所で、多数の人に、購入した商品について饒舌に語る。引用文中の「計算された効果」は、このように展開されるのである。“生きたマネキン（消費者）”が「無限に増殖」をくり返し、コピーが更なるコピーを増やしていく。このようにしてモード（ファッションと流行）の神話が築かれる。「売り物の美女たちで通りを満たしていた」という表現は、既製服という大量消費のシステムを端的に物語る喩えといえよう。

7. 大衆消費社会を牽引する百貨店：メタファー

ゾラは小説執筆前の準備ノートで、『B・D百貨店』で“近代活動の詩”を描く¹⁹と記しているように、百

¹⁹ Henri Mitterand, *Études sur Les Rougon-Macquart*, dans l'édition intégrale en 5 vols (la Pléiade), Gallimard, 1960-1967, p. 1680.

貨店を様々な隠喩を用いて表現している。

百貨店は、鉄とガラスの建築を採用し、内部に吹き抜けを設けて開放的な空間に設え、宮殿やオペラ座のイメージを演出して、庶民に長時間留まることを促した。消費の宮殿として人々の注目を集めたのだが、その実態は“婦人客を食いものにする機械”であり、小商店を押しつぶす“怪物的な装置”でもあった。婦人客の中には、大量の商品の大胆な陳列に目をくらまして、買い物マニアや万引きといった神経症を患う女まで現れた。ゾラはこのような事実を克明に記述する中で、ムーレを《le maître de la terrible machine》「恐ろしい機械の主」と喩えている。そして、作品冒頭から結末まで、ムーレと百貨店の一体化を強調しつつ物語を進展させている。

ゾラが百貨店とムーレに用いた「機械」のメタファーは、ロビダの戯画にそのまま見出すことができる。ロビダは、戯画中央に巨大な百貨店を据え置き、そこにムーレも一体化する形で描いている。そして、消費の“宮殿”、女たちが信奉する“大聖堂”、大衆を消費へと向かわせる“機械”、商業界を牽引する“蒸気機関車”と、いずれにも見えるイメージで表現している。そして、この戯画の下部中央には、「LE MONSTRE !!!」「怪物!!!」の文字を、字体を他よりも大きく強調して書き込んでいる。百貨店は、多種多様な商品で女たちを魅了する夢の宮殿であると同時に、その懐に取り込んだ客を完全に消化する「怪物」のイメージで具象化したとロビダは宣言しているのだ。怪物の口に描かれた機械の一部を想起させる等間隔に並んだ“鋼のような歯”が、観る者に辛辣なメッセージを伝えている。即ち、女性客（消費者）は怪物の餌食であり、噛み砕かれる運命にあると示唆している。近代商業の宮殿「百貨店」は、ゾラとロビダの双方において、多様なイメージの混在で表現され、本質的には消費社会の負の側面を強調するものとなっている。

8. おわりに

この小説は、デパートに押し寄せる群衆や店員たちの詳細な描写を通して、階級の混交やブルジョワ層の底辺が飛躍的に拡大する様も描き出している。『B・D百貨店』は、実在の百貨店をモデルに執筆されたのだが、作品世界と実際の年代を照合するとずれが生じていることは否めない。本作は、第二帝政から第三共和制におけるパリの百貨店の歴史を圧縮して小説化している。叢書の時代設定が第二帝政下であるにも拘らず、多分に第三共和制期の事実が絡め取られている。ゾラが敢えて小説の時空間を拡大させた理由を考えるならば、小説執筆時の第三共和制の人々に、大衆消費社会を分析的に思考し、消費のあり方を問うことを希求していたためと見なせる。

最後に女性の社会進出についてもふれておきたい。本小説では、女性客が百貨店を訪れ、その魅力的な商品の誘惑に負けて散財する様子が多数描かれている。だが、女主人公ドゥニーズは、ウィンドーを飾る美しい商品よりも「B・D百貨店」そのもの、つまり大きな商いを展開しうる装置（機械）としての壮さに惹かれていく。作品冒頭部から彼女は、自らの意志と考えをしっかりともった女性として描き出されているように、女が生きるためには、いつも男が必要だと語る叔父に対してきっぱりと反論する。二人の弟を育てることを自分の使命とし、結婚するつもりはないとも断言する。彼女は誰の保護も受けずに財政的に自立し、“働く女性・自立する女性”として生きることを当然のことと認めている。百貨店の店員という職業が、女性の社会における働く場を拡大したことは事実である。このような状況を通して、社会的認識を打ち破り、男性と同等に社会で躍動する女性が今後多く現われてくることを、ゾラは本小説で予見的に示したといえるだろう。

社会における女性のあり方や当時の結婚観については、ロビダも『20世紀』の中でエピソードを展開している。ロビダの場合、小説の舞台が未来であるため、より具体的な提示が可能であった。たとえば、恋愛結婚や離婚について作中人物たちが様々に語り、女性の職業選択では、医者、教師、弁護士、政治家、ジャーナリストなど、女主人公エレーヌが自分に合った仕事を求めて転々とする様が描かれていく。

ロビダとゾラの両者には、女性の職業上の能力や社会的権利に関する問題について、同質の傾向を感じずにはいられない。そこで、ロビダの戯画を見てみると、〔資料①百貨店の支配人ムーレを拒絶するドゥニーズ〕の図画が小さいながらも組み込まれている。女性の社会的な地位向上や女性権の拡張に関する問題は、小説の時代的枠組みをはみ出しても、ゾラが取り入れたテーマである。ロビダの戯画の小さな図画はそのことをまた伝えるものとなっている。そして、『B・D百貨店』をフェミニズムの射程でも問い直せることを、改めて気づかせてくれるのである。

ロビダの戯画の源には、同時多発的に様々な事象が興隆した19世紀後半のフランス社会が土壌として横たわる。そして、その視座からロビダは同時代のイメージを独創的に紡ぎ出す。ゆえに、彼の図像には当時の“今”を生きる者たちが共鳴し得る“共感”が宿り、またそれを我々にも共有させる力がある。ロビダはゾラが表象する核心を掴み得て、イメージに翻案し、その真髄を再提示した。これまでの考察からそのように見なしてもよいのではないか。ゾラとロビダが捉えていた“同時代のまなざし”による考察は、消費文化の興隆により生じた

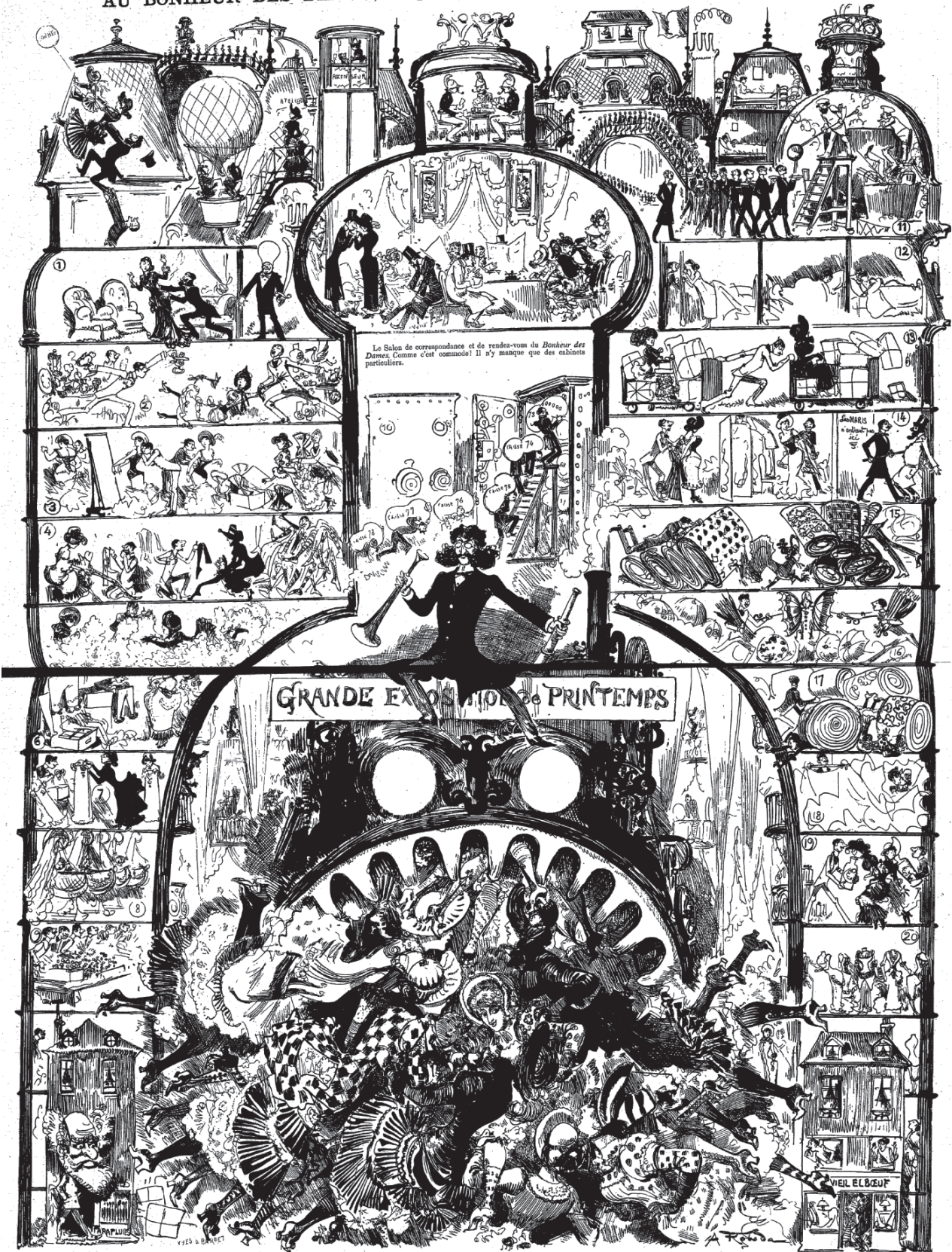
様々な社会的側面に注視させるとともに、機械文明がもたらす負の側面をも明瞭にするといえるだろう。

参考文献

- Émile Zola, *Les Rougon-Macquart* I – V (la Pléiade), Gallimard, 1960-1967.
- Émile Zola, *Correspondance* I – X, éditée sous la direction de B. H. Bakker, Éditions du CNRS, Les Presses de l'Université de Montréal, 1978-1995.
- Alain Pagès, Owen Morgan, *Guide Émile Zola*, ellipses, 2002.
- René-Pierre Colin, *Dictionnaire du Naturalisme*, Du Lérot, 2012.
- Henri Mitterand, *Études sur Les Rougon-Macquart*, dans l'édition intégrale en 5 vols (la Pléiade), Gallimard, 1960-1967.
- Henri Mitterand, *Zola* I, Fayard, 1999.
- Henri Mitterand, *Émile Zola-Journaliste: Bibliographie Chronologique et Analytique-1*, 1859-1881, French & European Pubns, 1970.
- Michel Serres, *Feux et Signaux de Brume Zola*, Grasset, 1975.
- Albert Robida, *Le Vingtième Siècle*, Slatkine, 1981.
- Philippe Brun, *A. Robida, sa vie, son œuvre*, Promodis, 1984.
- Sous la direction de Daniel Compère, *Albert Robida, du Passé au Futur*, encrage, 2006.
- Roland Barthes, *Système de la mode*, Seuil, 1967.
- 喜多崎親, 〈西洋近代の都市と芸術 2〉『パリ I – 19 世紀の首都』, 竹林舎, 2014.
- ワイリー・サイファー, 『文学とテクノロジー』, 白水社, 2012.
- ロザリンド・H・ウィリアムズ, 『夢の消費革命』, 工作舎, 1996.
- ジャン・ボードリヤール, 『消費社会の神話と構造』, 紀伊國屋書店, 1995.
- 鹿島茂, 『デパートを発明した夫婦』, 講談社現代新書, 1991.
- エミール・ゾラ著, 吉田典子訳, 『ゾラ・セレクション第 5 巻』『ポヌール・デ・ダム百貨店』, 藤原書店, 2004.

ロビダ「ボヌール・デ・ダム百貨店」(拡大図)

AU BONHEUR DES DAMES, coupe du roman de M. Émile Zola, — par A. ROBIDA



Le Salon de correspondance et de rendez-vous du Bonheur des Dames. Comme c'est commode! Il n'y manque que des cabinets particuliers.

GRANDE EXPOSITION de PRINTEMPS

VEIL EL BŒUF

Les petites boutiques dévorées par le Bonheur des Dames, le père Bourras, marchand de parapluies.

LE MONSTRE!!!
 Enfin, les mariés sont vengés. M. Émile Zola l'a magnifiquement décrit et fêtré, le monstre, le gigantesque haut-fourneau de la coquetterie féminine, la grande usine à chiffons, la formidable fabrique de névroses parisiennes. Il y a de tout dans ce bonzaï, jusqu'à un rayon de vertus, tenu par M^{lle} Denise Baudouin! Qu'on se le dise, en province et à l'étranger, M. Émile Zola tiendra désormais cet article.

Médecine du pauvre Veil El Bœuf, assommé par son gigantesque voisin.

1. Denise, résistante à M. Octave Meuret, propriétaire-directeur du Bonheur des Dames, dans le harem de cet industriel. O vertus! reçois l'hommage de l'auteur. — 2. Symphonies exécutées dans la cathédrale de la Nouveauté. Symphonie du Bibelet. — 3. Symphonie des corsets. Charmant, pimpant, suave! — 4. Symphonie des bas. Une collection de jambes jaunes, roses, bleu de ciel ou noires. — 5. Symphonie de la dentelle, sensations délicates, on prend un bain de Valenciennes, Malines, Venise ou Alençon... — 6. Symphonie du blanc, double blanc. — 7. Symphonie latine. — 8. Symphonie des layettes. — 9. Symphonie de la mercerie. — 10. La grande Symphonie de l'or et du lillet de banque. Dédie des caisses. Ferrez les yeux; infortunés mariés légitimes ou autres. — 11. Symphonie de la cuisine. Bate chauds et odeurs d'eau de vaisselle. Hélié des commis allant recueillir la nourriture. — 12. Les chaudières à coucher des Vendousses. Mots: Nos sommes vertueux maintenant, pas de bêtises. — 13. Tramway pour clientes dérangées. — 14. Le Emoyage. Entrepreneurs seulement, par l'entrebâillement des portes, un peu de corage; quelques épaves et fermous la porte. — 15. Symphonie de la draperie. Elbonel, molletons, etc. — 16. Symphonie des parapluies. — 17. Symphonie des tapis d'Orient, Smyrna, Alp, Tibéran, Turkestan, Daghistan, Khiristan, etc., provenances authentiques, il y a les cassés! — 18. Grande symphonie de la soie, le Turb-bonheur et le Cœur d'or. — 19. Symphonie de la parterrière. — 20. Symphonie des mannequins sans tête qui font l'œil aux passants.

