

アメリカ映画史におけるラジオの影響

仁井田 千絵

目次

序章	5
映画とラジオ——研究分野における位置付け	6
章立てと内容	10
 第Ⅰ部 映画とラジオの興行—接点としての劇場／映画館—	12
1. 無声映画期における映画とラジオ	15
1.1. 電気サウンド	15
1.2. 映画の興行	16
1.3. ラジオの発達	20
1.4. 劇場内のラジオ	23
2. 映画の興行にみられるラジオの利用	29
2.1. 映画スタジオとラジオ	29
2.2. 映画興行の変化	30
2.3. ラジオの成長	36
2.4. 映画館によるラジオ放送	40
3. 映画とラジオの原点としての舞台上演	46
3.1. 映画との関係	48
3.1.1. 無声映画期のジークフェルド	49
3.1.2. 初期のミュージカル映画	51
3.2. ラジオとの関係	53
3.2.1. フォリーズのコメディアンと音楽	53
3.2.2. エディ・カンターの事例	55
 第Ⅱ部 映画作品にみられるラジオ—ミュージカル映画の場合—	59
4. ラジオを直接扱った映画	62
4.1. ラジオ・ミュージカル映画の概観	62
4.2. パラマウント：大放送シリーズ	63
4.2.1. 映像と音声の二種類の関係	64

4.2.2.	音声に創作される映像	67
4.3.	ワーナー・ブラザーズ：ディック・パウエル主演映画	70
4.3.1.	製作過程の事例：『二千万人の恋人』の場合	73
4.3.2.	当時の批評	75
5.	ラジオを間接的に扱った映画	78
5.1.	ミュージカルにおける統合の問題	79
5.2.	1930年代初頭の言説	81
5.3.	マーク・サンドリッチの初期作品	85
5.3.1.	『これがハリス』(<i>So This Is Harris!</i>)	87
5.3.2.	『レビュー艦隊』(<i>Melody Cruise</i>)	91
6.	舞台劇を脚色した映画	96
6.1.	舞台『陽気な離婚』(<i>Gay Divorce</i>)	97
6.1.1.	舞台劇の背景と人材	97
6.1.2.	舞台劇の内容	101
6.2.	映画『コンチネンタル』(<i>Gay Divorcee</i>)	106
6.2.1.	映画化の背景	106
6.2.2.	映画化の過程	107
6.2.3.	映画の内容	109
第三部 ハリウッドとラジオ番組の隆盛		114
7.	映画俳優によるラジオ・ドラマ	116
7.1.	映画俳優によるラジオ出演の背景	117
7.2.	ラジオ・ドラマの概観、映画との違い	119
7.3.	映画とラジオにおける演技	123
7.4.	具体例：『ステラ・ダラス』の場合	126
8.	ラジオのファン雑誌にみる映画文化	132
8.1.	ファン雑誌の概要	132
8.2.	スターのタイプ別分析	135
8.2.1.	前時代のスター	135
8.2.2.	ジェンダーの違い	140
8.2.3.	歌手とダンサー	143

終章	151
参考文献一覧	153

序章

1929 年 10 月、アメリカの映画業界紙は、今日のトーキーの普及においてラジオが果たした役割と、それに付随するメディアの今後の展望において、次のように述べている。

ラジオと映画はかつてライバルとみなされていたが、今は協力関係にある。科学の発達によって、映画にサウンドを導入することが可能になった。科学は、ラジオに映像をもたらすという正当な可能性も与えてくれる。互いに欠けていた要素が双方に加わることは、エンターテインメントの世界に限りない新しい可能性をもたらすことになるだろう。¹

1929 年当時、アメリカにおいてはトーキーが一時的な目新しさの段階を過ぎて、今後定着して一般化していくことが明らかになり始めた時期である。この記事で述べられている「ラジオに映像がもたらされたもの」とは、“テレビジョン” のことであり、記事の筆者はトーキーに続いてさらにテレビも、近い将来一般化することを予見している。

映画史において、技術革新は常に映画の新しい表現方法を生み、それはサウンドからカラー、ワイド・スクリーン、さらには今日の 3D に至るまで、映画のあり方とその受容の形態を変えてきた。また、このような新たな技術革新の導入はしばしば、テレビ、インターネットといった外部のメディアに対抗する策という動機付けから説明された。上にあげた 1929 年の記事は、映画とテレビ、映画とインターネットの対立以前に、映画とラジオの図式があったことを我々に思い出させてくれる。同じ 19 世紀末に開発されたとはいえ、通信手段の一種として電報や電話と同列に発達していったラジオと、音声を持たないことを最も大きな特色として、独自の視覚芸術を確立していった映画とは、20 世紀を通してどのように出会うのか。そもそも音声を持たない映画と、映像を持たないラジオが“ライバル” となり、それが協力関係に転換するとはどういったことなのか。

本論文は、映画研究においてラジオとの関係論という視点を持ち込むことは可能かと

¹ “Radio and Films Now Allies,” *Exhibitors Herald-World*, October 12, 1929, pp. 13, 26.

いう問題提起の下に、アメリカ映画史においてラジオがどのような役割を果たしたのかを明らかにするものである。特に本論文では、映画がメディア内部の音声を持たないサイレント映画から、同時録音のサウンド・システムが導入されトーキーが普及・定着するまでの変革期である 1920 年代から 1930 年代を対象に、外部メディアであるラジオがいかなる影響を及ぼしたかを考察する。当時の映画とラジオ双方の一次資料から明らかになるのは、映画のサウンド移行期と呼ばれるメディアの一大変革が、ラジオという新しいメディアの隆盛と並行して行われたことであり、サウンド・システムの導入に伴ってもたらされたとされる映画内部の様々な変化が、ラジオとの関係からも説明できるということである。本論文では、映画とラジオの関係を、映画の興行形態の変化、ジャンルの変遷、俳優のパフォーマンスの三点から検証することで、映画史の個々の事象を相対化すると同時に、ラジオという視点から映画とは何かを問い直すことを大きな目的としている。

映画とラジオ——研究分野における位置付け

映画理論の分野にしろ、映画史の分野にしろ、映画研究において映画を論じる際に、別の芸術形態、あるいはメディアを取り上げ、それを映画と比較することはしばしば行われてきた。例えば、映画理論において映画とは何かという問いに答えるために、映画と演劇、映画と絵画、映画と音楽などを比較し、空間、時間に関わる個々のテーマから、映画がそれらの芸術といかに異なっているかを論じることができる。あるいは、映画史において映画の起源を探るために、同時代の幻燈、写真といった視覚メディアを考察することで、それらの個々のメディア間にみられる類似性、連続性を論じることにも可能だろう。これらの比較を通じた結論が、映画の独自性の確立に向かうにしろ、間メディア性の強調に向かうにしろ、映画に対する認識の刷新と新たな学説の提示のために、こういった比較の方法はこれまでの研究においても重要な意味を持ってきた。では、“映画とラジオ”という比較は、映画研究においてどのような意味を持つのだろうか。

まず、そもそも“映画とラジオ”という組み合わせが先行研究において取り上げられることの少なかった理由から確認する必要があるだろう。一つには、ラジオ研究自体の問題がある。映画に関しては、大学における学科の設置や映画祭の開催など、理論的・歴史的な研究がなされるのに対し、ラジオは一般的に普及しているとはいえ、個別に学術研究の対象となることは極めて少ない。例えば、ラジオ研究の理論的枠組みの構築を

目指して編纂された『ラジオの方法論と意味』²では、その序論において、「映画の生誕 100 周年が、3 年間にわたる映画祭とそれに続く出版によって祝われたのに対し、ラジオの 100 周年がほとんど気づかれないまま過ぎたのはなぜか」と疑問を呈している。この研究では、ラジオが個別の研究対象に成りにくい理由をいくつか挙げているが、ラジオ自体の特徴として、ラジオが二次的なメディア（secondary media）であることを述べている。二次的とは、人物の独占的な従事を要求しない、つまり、ラジオは何かをしながら聞くことが可能であるという意味であり、これは、ラジオの遍在性と視覚性の不在によって可能となる。また、1950 年代からは、ラジオに代わってテレビが情報と娯楽を提供するメディアの中心となったため、ラジオの二次的とは、さらにテレビに対して二次的であるという意味も含まれるようになる。このようなラジオの二次的な特徴は、一般の受容のレベルだけでなく、研究対象としての位置付けにおいても同様であり、例えばラジオに関する研究は、マス・メディア論やテレビ研究の中でマージナルな位置を占めるのが通例である。

ラジオの視覚性の不在という特徴はまた、映画との組み合わせを困難にしている。まず、映画が音声を持たない無声映画として始まったことは、伝統的に映画が視覚メディアであるという認識を定着させ、音声しか持たないラジオが映画と何か関わりとは一般的に考えにくいものにしている。中には逆に、無声映画が音声を持たないことと、ラジオが視覚を持たないことの間に共通項を見出し、視覚あるいは聴覚のいずれかで不完全であるところに、そのメディアの芸術性を見出そうとする例もある。例えば、ルドルフ・アルンハイムは、『芸術としての映画』において映画の音声や色彩の欠如といった形式上の制約がその芸術性に寄与すると論じ、同じアプローチによって視覚を持たないラジオの音声面における芸術性を指摘している³。しかし、ひとたび映画にシンクロされた音声がつくようになると、こういった映画とラジオの間のアナロジーも成り立たなくなる。

映画とラジオの学術上のすれ違いは、いわゆるメディアの技術発達史の記述のされ方にも顕著にみられる。マイブリッジの連続写真からエジソンのキネトスコープ、リュミエールのシネマトグラフといった映画の発明史と、モールスの電信からグラハム・ベルの電話、マルコーニのラジオ、リー・ド・フォレストの真空管といったコミュニケーション技術、およびラジオの発展史は、時期的に 19 世紀末から 20 世紀初頭の数十年という期間を共有している。中には、蓄音機とキネトスコープに関わったエジソン、ラジオ

² Martin Shingler, ed., *On Air: Methods and Meanings of Radio* (London: Arnold, 1998).

³ Rudolf Arnheim, *Film Als Kunst* (Berlin: Ernst Rowohlt Verlag, 1932); *Radio* (London: Faber & Faber, 1936).

とフォノフィルムに関わったフォレストなど、両者の歴史が交錯する部分があるものの、それぞれの発達史が共時的に語られることは稀である。

このように、ラジオ研究自体の不足、また映画研究とメディア研究の間の断絶などから、ミシェル・ヒルムズの『ハリウッドと放送』⁴などの例外を除いて、映画とラジオの関係を文字通り直接扱った研究は少ない。ただし、昨今の映画研究における新しい動向の中に、“映画とラジオ”のテーマを部分的に見出すことは可能になってきている。例えば、映画学の分野におけるサウンド理論の隆盛は、映画とラジオのメディア関係論をより可能なものにしている。リック・アルトマンは、『サウンドの理論／サウンドの実践』⁵において、テキスト（text）としての映画からイベント（event）としての映画研究を提唱し、映画の多面性を明らかにする音響面の一例として、ラジオを取り上げている。

また、映画をテキストとしてよりもイベントとして捉える見方は、歴史研究においては無声映画期の伴奏音楽や、映画を上映する場としての映画館の変遷など、映画の興行形態に関する研究とも関わってくる。例えば、ロス・メルニックは、映画史を成り立たせる重要な人物として、映画の製作者や監督とは別に、映画を映画館で実際に上映する興行者の存在に注目している。メルニックは、無声映画期の映画館の興行者を、複製技術としてのフィルムの上映と、ライブ・パフォーマンスとしての伴奏音楽の双方から成る映画興行プログラムを作成する“作者”として位置付け、その代表的な人物であるサミュエル・“ロキシー”・ラサフェルについて論じている。この中で、メルニックはロキシーが映画興行の一部として行ったラジオ放送についても言及し、ロキシーが行った映画、舞台、ラジオ、レコーディングといった多数のメディアを複合させた興行形態に、娯楽メディア統合の萌芽をみている⁶。

メルニックは、映画に特化した歴史研究からより広範囲を扱うメディア史への転換という近年の動向⁷を引き合いに出し、自らの映画興行者の研究をメディア・スタディーズの中に位置付けているが、これは本論文で扱おうとしている映画のサウンド移行期の問題についてもあてはまる。例えば、スティーヴ・J・ワーツラーの『電気サウンド—技術の変遷と統合マス・メディアの興隆』⁸では、サウンド技術とアメリカのマス・メディアの発展について、映画、ラジオ、蓄音機の歴史を並列にみることから論じている。ワー

⁴ Michel Hilmes, *Hollywood and Broadcasting: From Radio to Cable* (Urbana: University of Illinois Press, 1990).

⁵ Rick Altman, ed., *Sound Theory, Sound Practice* (New York: Routledge, 1992).

⁶ Ross Melnick, “Roxy and His Gang: Silent Film Exhibition and the Birth of Media Convergence,” diss. (The University of California, Los Angeles, 2009).

⁷ 例えば、Janet Staiger, “The Future of the Past,” *Cinema Journal*, 44:1 (Fall 2004), p. 127.

⁸ Steve J. Wurtzler, *Electric Sounds: Technological Change and the Rise of Corporate Mass Media* (New York: Columbia University Press, 2007).

ツラーは、「なぜ映画の観客は、まるでそれまでの無声映画に不満があったかのようにトーキーを即座に受け入れたのか」という映画史上の問いに対し、個々のメディアに特化した見方から、1920年代から30年代にかけて起こったサウンド技術の変革と、それを取り巻く複数のメディアという、より広い視点から捉える必要性を提示している。

本論文においても、ラジオとの関係から映画のサウンド移行期を考察するにあたり、映画のサイレントからトーキーへの移行を、単に映画に音声という新しい技術が付加された映画内部の変化としてではなく、サウンド映画、ラジオを含めた大きなメディアの変革の一部であったと捉える点において、このような先行研究にみられる視点を共有している。これは同時に、映画をどのように捉えるか（定義するか）という問題とも関連している。ラジオとの関係から映画史を考察するならば、少なくとも映画をテキスト内部で完結するフィルムとしてだけではなく、それが上映される場や鑑賞する体験も含めた、広い意味でのシネマとして捉える必要が出てくるはずである。なぜなら、フィルムとしての映画史の枠内にとどまる限り、同等のマテリアルとしての蓄音機／レコードとの比較は出てきても、“電波”を使って“放送”するラジオとの比較については、そもそも問題系として出てこないからである。ラジオとの関係論を持ち込むことは、映画とは何かという定義自体を見直すことであり、おそらくこの映画の捉え方の違いこそが、従来の映画研究において“映画とラジオ”という視点を取り残されてきた最も大きな要因だろう。

このように、本論文は映画をより広いメディア史の中に位置付け、映画の興行形態やそこで行われるサウンド・プラクティスを見ていくことから出発している（I部）。ただし、映画とラジオの関係論を、映画の興行面に関する一考察として終わらせることは、本論文全体が意図する所ではない。ラジオが映画が受容される場において重要な役割を果たすならば、その影響は映画内部のテキストにおいても、あるいはより広くアメリカ文化の中の表象においても、同等にみられるはずである。よって本論文では、映画の興行や産業以外の分野でラジオの影響がどのようにみられるか、映画ジャンルの変遷（II部）と、映画スターの表象（III部）の点からの考察も試みる。前者に関しては、映画のサウンド・システムという技術革新に端を発するミュージカル、後者に関しては複数のメディアを横断して活躍したスターに焦点をあてることで、映画とラジオの接点を探るものである。これによって、本論文全体としては、映画の興行、ジャンル論、スター表象という映画研究において代表的な三つのアプローチから、映画とラジオの関係を論じることになしたい。

章立てと内容

以上みてきたように、本論文は、アメリカ映画史においてラジオがどのような役割を果たしたのかを、主に 1920～30 年代における映画興行の変化、ミュージカル映画のジャンルの変遷、俳優のパフォーマンスの点から考察するものである。本論文は、これまでの映画研究において取り上げられることの少なかったラジオを考察する点において、メディア交流に関する研究として位置付けることができる。特に、1920 年代～30 年代を扱うことにより、映画史において重要なテーマの一つであるサウンド移行期の問題を見直す役割も持つ。また、ラジオ、メディア論の点からは、通常プロパガンダといった政治面から考察されることの多いこの時期のラジオに関して、ヴァリエティ番組といった娯楽面を取り上げる点に特徴がある。

論文は、三部構成（全 8 章）で論じられる。第 I 部「映画とラジオの興行―接点としての劇場／映画館―」では、1920～30 年代において映画とラジオが観客に受容されていた環境について考察する。特に本論文では、いわゆるショー・ビジネスとしての映画とラジオを扱うことから、両者の原点としての舞台上演、またそれを行う場としての劇場／映画館に焦点をあてる。1 章「無声映画期における映画とラジオ」では、サウンド映画普及以前の映画とラジオの交流について、2 章「映画の興行にみられるラジオの利用」では、サウンド映画の普及以降にみられた映画館によるラジオの利用について、3 章「映画とラジオの原点としての舞台上演」では、娯楽としてのサウンド映画とラジオの原点として、アメリカの代表的な舞台レビューであるジークフェルド・フォリーズについて論じる。

第 II 部「映画作品にみられるラジオ―ミュージカル映画の場合―」では、具体的な映画の作品分析を行う。ラジオという題材、あるいはラジオの人材の使用が顕著にみられるものとしてミュージカル映画を取り上げ、ラジオの存在が 1920～30 年代のミュージカル映画のジャンルの変遷にどのような影響を与えたのかを論じる。ミュージカル映画を三つのタイプに分類し、4 章では「ラジオを直接扱った映画」、5 章では「ラジオを間接的に扱った映画」、6 章ではラジオと一見関係ないが、前の二つと共通する特徴を提示する映画として「舞台劇を脚色した映画」を取り上げ、ミュージカルのナラティブとナンバーの関係、パフォーマンスとメディアの関係といったテーマから、それぞれ映画の製作過程に関する一次資料の内容も踏まえて考察する。

第 III 部「ハリウッドとラジオ番組の隆盛」では、ハリウッドの映画産業とラジオの提携が密接になる 1930 年代後半を中心に、ラジオ側にみられる映画の表象、映画文化

について論じる。7章「映画俳優によるラジオ・ドラマ」では、ハリウッドの映画俳優が出演したラジオ・ドラマ番組について、8章「ラジオのファン雑誌にみる映画文化」では、ラジオのファン雑誌にみられる映画スターの表象について論じる。

第 I 部

映画とラジオの興行 —接点としての劇場／映画館—

本論文の最初にあたる第 I 部では、ラジオが映画の興行に与えた影響について論じる。映画の興行とは、映画の内容そのものではなく、その映画がどのように上映され観客に見られていたのかであり、映画が上映された個々の場所と時代が歴史研究の対象となる。映画の興行に関しては、ダグラス・ゴメリらによる映画興行の研究が近年あるが⁹、第 I 部ではそれらの先行研究にのっとり、ラジオが 1920～30 年代の映画の興行にいかなる影響をあたえたのかを考察する。

映画の興行の研究には、当時の映画館における上映プログラム、映画館の建築の構造、映画館において用いられた音楽やライブ・パフォーマンスといった要素が含まれるが、ここではさらに、映画のサイレントからトーキーへの移行の問題も含めて考察する。なぜなら、サウンド・システムの導入による映画の変化とは、単に映画テキスト内部の変化だけではなく、映画興行のあり方自体の変化だったと考えるからである。サウンド映画の利用の発端は、映画の俳優が台詞をしゃべるためではなく、無声映画に伴われていた伴奏音楽を置き換えるため、あるいは、映画の上映と一緒に伴われていた舞台上演を置き換えるためだったのであり、映画史におけるサウンド移行期を考察する上で、そもそも当時どのように映画が受容されていたのか、また、そのような興行形態によって受容されていた映画に対して、新たに登場したマス・メディアであったラジオがいかなる

⁹ アメリカの映画興行に関する研究として代表的なものでは、Douglas Gomery, *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States* (Madison: University of Wisconsin Press, 1992). アンソロジーとして、Gregory A. Waller, ed., *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition* (Malden, M.A.: Blackwell, 2002) など。

インパクトを持っていたのか、現在の我々が考える映画、ラジオに対する認識との違いをまず確認する必要がある。よって第Ⅰ部では、1920～30年代における映画の興行形態のあり方の変化を、ラジオのメディアとしての発達史と並行してみることで、両者の接点を探ることにする。

1章では、まず無声映画の時代に両者の間にどのような接点があったのかを考察する。音声の要素しか持たないラジオと視覚メディアとして始まった映画の関係は、サウンド映画の到来以降と一般的に考えられるが、無声映画とラジオとの関係はいかに成り立つのか（あるいは、いかに成り立つと当時考えられていたのか）をみることになる。具体的には、まず無声映画時代の映画の興行が、複製技術である映画とその他のライブ・パフォーマンスの混合であった実態を確認し、1920年代末にこの混合体の映画興行が一つのピークを迎えていた点を指摘する。また、通信手段としてのラジオが、1920年代半ばからマス・メディアとして大きな変革を遂げたことを確認し、ラジオと映画興行の間でどのような提携が成り立つと考えられていたか、その将来図、未来像に関する当時の言説を提示したい。

1章では無声映画期における映画興行のあり方を考察するのに対し、2章では主にサウンド映画普及以降の興行について考察する。まず、映画産業がラジオ産業と経済的にどのような提携を行ったのかを確認し、サウンド映画の登場によって映画の興行自体がどのように変わったのかを考察する。特に、1930年代初頭の大恐慌期においては、このライブ・パフォーマンスとの混合体から、二本立て上映といった、映画のみの興行への過渡期として様々な試みが行われており、ラジオが文化的にも一大メディアとして確立した時期としても重要となる。また、トーキーが一般的になってから映画館がどのようにラジオを使用したか、その宣伝を中心とする興行でのラジオの利用について、映画スタジオが各映画館用に出したプレス・ブックから考察する。

3章では、娯楽メディアであるトーキーとラジオのいわば原点として、当時のアメリカで娯楽として主流であった大衆演劇について考察する。中でも映画との関わりの深いヴォードヴィル、また、そのヴォードヴィルをいわば洗練させた型としてサウンド映画登場前後に絶世期を迎えていたレビュー、ジークフェルド・フォリーズについて考察する。特に、ジークフェルドとパラマウント社の間で取り交わされた映画製作の契約書、書簡の記録を通して、トーキー初期における舞台と映画の関わりのあり方を検証する。また、現在スペクタクルの要素で知られるジークフェルド・フォリーズであるが、1932年からフォリーズのラジオ番組が始まった実態も合わせて指摘し、ライブ・パフォーマンスとしての大衆演劇が、新しいマス・メディアとしてのサウンド映画とラジオの双方

にどのように引き継がれ、変容していったのかの一例を提示する。

1. 無声映画期における映画とラジオ

1.1. 電気サウンド

序章でも述べたように、1920年代後半から始まる映画のサイレントからトーキーへの移行は、サウンド技術をめぐるより大きな変革の一部として捉えることができる。音声を電気信号に変換して増幅させる技術は、リー・ド・フォレストが1906年に開発した真空管に端を発し、ラジオ通信の基礎を作ることになる。1910年代にはAT&Tがこれを改良して電話回線に使用し、さらに1920年代には、AT&Tとその下部機関であるウェスタン・エレクトリック、ベル研究所がサウンドの録音技術に応用させる技術研究を行う。その成果は、蓄音機分野ではそれまでのアコースティック録音から電気録音への変換をもたらした(1925年)、さらにこの新しい電気録音のレコードを使ったサウンド・オン・ディスク方式のサウンド映画、ヴァイタフォンの開発(1926年)を促すことになる。ドナルド・クラフトンは、アメリカ映画史におけるサウンド移行期のいわば前史として、サウンド映画がこれらの電気会社の主導の下に、電気娯楽(electrical entertainment)の新しい形態として導入された背景を確認している¹⁰。

では、このようなエレクトリック・サウンドをめぐる一連の技術革新に対して、当時の観客の反応はどうだったのだろうか。サウンド映画を可能にする技術が、電話、ラジオなどの音声に関わるメディアと関連していることは技術史の変遷から明らかになるが、電話で話す、ラジオを聴くといった行為と、映画を映画館で見る行為は、一見かけ離れたものに思える。特に1920年代から始まるラジオ放送は、従来あった電話や蓄音機に対して、このサウンド技術の新しさを最もよく体現するものとして普及していくが、それはサウンド映画の受容とどのように関わっていたのだろうか。

ここでもう一度技術の問題に戻ると、サウンド映画の普及を可能にするためには、音声を記録して映像と同調させること(synchronization)、さらに、その音声を映画館全体に聞こえるように拡大・増幅させること(amplification)の二つのレベルが必要だった。一般的に映画史においては、前者の同調の問題が中心に取り上げられ、映像と音声

¹⁰ Donald Crafton, *The Talkies: American Cinema's Transition to Sound, 1926-1931* (New York: Charles Scribner's Sons, 1997), pp. 19-21.

がいかにか同調したか、あるいはしなかったかが、サウンド映画が観客に受け入れられたかどうかの指標として説明される。特にこの場合、映像に同調させる音源にはレコードが用いられたため、映画史で取り上げられるサウンド・メディアとしては、蓄音機が中心的な存在となってきた。しかし、エレクトリック・サウンドの発達をもたらしたものとしてむしろ重要なのは、後者の増幅（マイクでとられた音声をアンプによって拡大すること）であり、ラジオが観客の受容の点で関わってくるのは、この後者のレベルにおいてだと考えられる¹¹。ここでは、“映画館でスピーカーを通した音声を聞く”というサウンド映画がもたらした新たな受容形態に対して、1920年代のラジオの普及がどう影響したのかをみていくことにしよう。

1.2. 映画の興行

1910年代半ばから基礎が形成されつつあったハリウッドの映画産業は、第一次世界大戦後の1920年代に成熟期を迎える。1922年には映画産業を統括する組織としてアメリカ映画製作者配給者協会（MPPDA）が発足し、映画スタジオが全国の劇場チェーンを買収することにより、映画の製作・配給・興行を統括する垂直構造が定着する。ハリウッドの映画スタジオでは、いわゆる古典的様式の映画がシステムティックに製作され、個別のスターやジャンルが観客を映画に呼ぶための旗印として重要さを増していった。

ただし、このようにして製作された映画を現在の我々が見ることと、当時の観客が映画館に行ってみることは同一ではない。例えば1920年代のアメリカ映画史について論じているリチャード・コザウスキーは、劇場チェーンの持ち主でMGMの設立者の一人であるマーカス・ロウの有名な言葉、「我々は劇場へのチケットを売っているのであって、映画へのチケットを売っているのではない。」（We sell tickets to theatres, not movies.）を引き合いに出しながら、この時期の映画の興行について次のように述べている。

1915年から1928年までの間、映画を見るという体験は、それ以前のものとも以後のものとも全く異なるものだった。興行者は自分たちのことをショーマンと考え、

¹¹ この電気サウンドの技術はまた、リー・ド・フォレストのフォノフィルムをはじめとして、セオドア・ケイス／フォックスのムーヴィートーン、RCAのフォトフォンなど、映像と音声を同じメディアに記録するサウンド・オン・フィルム方式を可能にしたものでもある。サウンド・オン・ディスク方式に代わってサウンド・オン・フィルム方式が普及することにより、映画のサウンドをめぐる同調の問題は解決されることになった。

映画のプログラマーとは考えていなかった。長編映画とは、夜のエンターテインメントを形成する一部に過ぎず、1922年の映画興行者の調査によれば、長編映画は全体のアトラクションの約68パーセントを占めていた。実際この調査では、映画興行者の24パーセントが、長編映画の出来不出来はチケットの売り上げに全く関係ないと言っている。最終的に、興行者は常に良い映画を望んでいたのは確かだが、缶に入ってやってくるそのショーの一部にすべてをかけていたわけではないし、彼らの都合で映画を“良くする”こともいとわなかったのである。¹²

ここで述べられているように、当時の映画館の興行では、長編映画の上映にオルガンやオーケストラの演奏が伴わただけでなく、その長編映画の上映に至るまでに、短編映画の上映、オルガンの単独演奏、ヴォードヴィルの舞台上演といった出し物が組み込まれた。映画にどのような音楽を付け、長編映画にどのような短編映画を組み合わせるかといった選択は、ショーマンとしての興行者の手腕が問われるところであり、全体のプログラムのバランスのために、長編映画の映写速度を変える、部分的にカットするといったことも、映画を“良くする”上で行われる場合もあった。このような興行形態として中心になったのは、ニューヨークやシカゴといった都市部にみられたムーヴィー・パレスと呼ばれた豪華映画館だが、より小規模な映画館や地方の映画館においても、映画と何らかのライブ・パフォーマンスが混在していた状況は変わらない¹³。こういった映画以外の要素もすべて含めたものが映画の興行であり、それは後のサウンド映画の導入とラジオとの関係においても重要になってくる。ここではまず、ヴォードヴィルを主体とする舞台上演が映画の興行に組み込まれ、1920年代を通して発達した経緯についてみていきたい。

アメリカにおける映画館の歴史を簡単に辿ると、19世紀末に映画が誕生した際、映画はヴォードヴィルの出し物の一部として登場することになる。1910年代になると、映画だけをより安く見ることのできる映画専門館のニッケルオデオンが全国的に普及する。これが、1910年代末から20年代になると、客席数の多いより上流の観客層を対象にした豪華映画館が登場することになる。この頃になると、逆にヴォードヴィルが映画館の出し物の一部として登場するようになる。いわば、ヴォードヴィルと映画が共存しながら、その立場が逆転した状態といえるだろう。

¹² Richard Koszarski, *An Evening's Entertainment: The Age of the Silent Feature Picture, 1915-1928* (New York: Charles Scribner's Sons, 1990), p. 9.

¹³ Melnick, p. 33.

映画館が、映画を上映する場のみならず、舞台上演の興行を行う場でもあったことは、『ヴァリエティ』(Variety)や『モーション・ピクチャー・ニュース』(Motion Picture News)といった業界紙において、映画作品の批評の他に、各映画館において映画上映の他にどのような舞台上演を行ったのかという「映画館の批評」が個別に存在していたことから分かる。また、映画館はワーリッツァー・オルガンやオーケストラによる演奏など、観客が音楽を聴くコンサート・ホールの役割も果たし、ヴォードヴィルの芸人の活動の場となったのと同時に、オルガニストやオーケストラの団員といったミュージシャンの職場としても機能していた。この他にも、映画館にエアコンの設備があることや、館内の豪華な飾りつけを見ることは、映画を見ることと同様に映画館の重要な楽しみ方であり、「観客は、豪華な舞台上演と建築物の装飾を見るために映画館に行き、冷房のシステムと、心地の良い椅子と、礼儀正しい案内役にだけ関心を持っている」¹⁴と言われるほどだった。

ここで特に注目しておきたいのは、無声映画の円熟期ともいえる 1920 年代後半に、映画館における映画以外の興行物もまた、“プレゼンテーション”という名称で突出するようになったことである。例えば、パラマウント社の劇場チェーン、パブリックス・シアターの頭取サムエル・カッツは、1927 年 4 月にハーバード大学で行った講演で、劇場形態の現状を次のように説明している。

大劇場が建設されるようになり、通常の映画では劇場を一杯にするに不十分となった。さらなる出し物を提供しなければ、たくさんの席が空いてしまうだろう。施設によっては追加の呼び物としてヴォードヴィルが使われているが、我々はほとんどヴォードヴィルを使わない。我々は、現在の埋め合わせのヴォードヴィルよりも良質だと感じられる、我々が“プレゼンテーション”と呼ぶものの方を好んでいる。¹⁵

このヴォードヴィルの豪華版としてのプレゼンテーションは、パラマウント系列の劇場に限らず、全国の豪華映画館で流行し、業界紙においてもプレゼンテーションのあり方をめぐって盛んに議論されるようになる。プレゼンテーションの具体的な内容としては、ダンスやバンド演奏など、それまでのヴォードヴィルなどの舞台上演をより大規模にしたものが中心であり、それ以前に流行していた“プロローグ”(長編映画の一場面を映画上映の前に舞台化して見せるもの)と違い、プログラムのトリにあたる長編映画と

¹⁴ “The Show Begins When the Lights Go Out!,” *The Film Daily*, July 3, 1927, p. 14.

¹⁵ Joseph P. Kennedy, ed., *The Story of the Films* (Chicago: A. W. Show, 1927), p. 276.

内容的に独立している点に特徴があった。例えば、このようなプレゼンテーションを用いた映画プログラムの一例として、次のようなものが挙げられる。

1927年9月28日：パラマウント劇場（ニューヨーク）¹⁶

1. オーケストラによる序曲

テナーとバリトン歌手によるオペラの合唱に、バレエの踊りが加わる。

2. ニュース映画

3. オルガニストによる演奏

4. 短編映画

5. バンド演奏

バンドの曲に合わせて行われる演目

- ・ リンドバークをイメージしたコーラス・ガールによるタップ・ダンス
- ・ ジェリーによるエキセントリック・ダンス
- ・ バーナードとヘンリーによる合唱
- ・ エルネとフィッシャーによるコメディ・スキット

6. 長編映画『罪に立つ女』

この場合の長編映画は、ポーラ・ネグリ主演の『罪に立つ女』(*The Woman on Trial*, 1927)だが、映画の上演時間が約60分なのに対し、全体のショーが130分にまとめられていると報告されていることから、プログラム全体の半分以上を、長編映画以外の出し物が占めていた計算になる。

上に挙げたプログラムは、長編映画の上映時間が短いために特にプレゼンテーションの部分が強調された例であるが、このような音楽演奏や舞台上演に比重を置いた映画興行は、当時の業界紙による批評を見渡すと決して珍しいものではない。特に、上のプログラムにも挙げたジャズ・バンドの演奏は、バンド・リーダーが司会役を務める趣向を凝らしたステージによって人気を博し、プレゼンテーションの大きな特色になっていることが報告されている¹⁷。また、プレゼンテーションの一環として、ニューヨークの豪華映画館では、ブロードウェイの通常の劇場に出演するスターがゲスト出演する場合もあり、例えば、ワーナー・ブラザーズのヴァイタフォンに出演したアル・ジョルソンなどは、こういった豪華映画館におけるプレゼンテーションのアトラクションでもあった

¹⁶ “Film House Reviews,” *Variety*, September 28, 1927, p. 27.

¹⁷ “Trend of Stage Shows,” *Film Daily Yearbook*, 1928, p. 29.

わけである¹⁸。ミリアム・ハンセンも述べているように、映画へ行くということは「映画の体験」ではなく「劇場の体験」だったのであり¹⁹、1920年代後半にみられた映画以外の興行物の発達は、映画とラジオを結ぶものとして重要な機能を果たすことになる。

1.3. ラジオの発達

このように、1920年代は劇場形態としての映画の興行が、その質・規模ともに最高潮に達した時期だが、それは同時に、ラジオという劇場空間を必要としない全く新しい娯楽が登場した時期でもあった。アメリカにおけるラジオ放送は1920年から始まったが、それは当初から現在イメージされるマス・メディアとしての性質を持っていたわけではない。映画と同様、ラジオも娯楽装置としてではなくテクノロジーとして始まったのであり、それは1895年にイタリアのグリエルモ・マルコーニが無線電信装置を実用化させたことに端を発する。当初ラジオは、電話や電報に代わる通信手段として機能し、例えば1912年のタイタニック号の沈没の際には、救難信号の送信にこのラジオ無線が使われている。アメリカにおいては、第一次大戦中に一時的に政府が無線施設を統制するものの、戦後には民間に返還され、1919年にはアメリカ・ラジオ会社（RCA）が設立、1920年には最初の商業的に認可されたラジオ局 KDKA がピッツバーグから放送を開始する。この頃には、全国的にアマチュア無線が普及し、ラジオ局からの放送はアマチュア無線を行っている人々の間で受信されることになった。

このように、通信手段として始まり、アマチュア無線家たちのネットワークによる送受信を基本としていたラジオ放送は、1920年代半ばを境に大きな変容を見せることになる。水越伸は、当初ラジオがテクノロジーに憧れる男性、青少年の間で使用されていたものから、女性や子供、老人といった自ら無線機を扱えない人々の間でも利用されるようになる変化を、「ガレージからリビングへ」というフレーズで説明している。これは同時に、ラジオが一对一の双方向の通信手段から、送信＝ラジオ局、受信＝大衆という一方方向のコミュニケーションへと変化する「マニアからマス（大衆）へ」の転換でもあり、ラジオがマス・メディアとして影響力を持つ大きな契機となる²⁰。さらに吉見俊哉

¹⁸ “What Price Name for Presentation Features?,” *Motion Picture News*, November 4, 1927, p. 1420.

¹⁹ Miriam Hansen, *Babel & Babylon: Spectatorship in American Silent Film* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1991), p. 93.

²⁰ 水越伸『メディアの生成—アメリカ・ラジオの動態史』（同文館、1993年）79-83頁。

は、スーザン・スムルヤンによるラジオの商業化をめぐる論考²¹を受けて、この時期のラジオの転換を次のようにまとめている。

20年代のアメリカに起きたのは、単にラジオ聴取者の量的な拡大ではなかった。むしろそれは、ラジオ概念そのものの転換、すなわちそれぞれの電波局が相互に交信し合うような無線のネットワークから、全国に向けて放射される同一のプログラムを各地の家庭が同時に消費していくマス・コミュニケーションへの転換を含んでいた。²²

このリビングに入ってきたラジオのメディアとしての存在については、当時の言説においても論じられている。例えば『ニューヨーク・タイムズ』（*New York Times*）は、ラジオの普及を自動車の普及と対比させ、自動車の普及が人を家庭から離れさせたのに対し、ラジオの普及は逆に人を家庭に戻させる役割があると、ラジオがもたらす社会的役割について指摘している。

ラジオは国民としての我々の生活習慣を急激に変えようとしている。（中略）自動車是我々の地平を広げ、個人の世界を何倍にも拡大した反面、我々の家庭をより小さく、生活の中の些細な要素にしてしまった。カントリー・クラブが普及し、屋外の生活は健康な国民を創るが、その代わり家庭は旅の途中で一時立ち寄り、服を着替え食事を食べるだけの通過駅になってしまった。（中略）ラジオが発達し、自動車が我々を家庭から引き離したのに代わって、ラジオが我々を家庭に戻してくれる。良い音楽、教育、世界的に著名なスピーカー、エンターテインメントが、無限のヴァリエティでキャビネットから聞こえてくることは、映画や大通りに出かけていくのに十分対抗しうるものだ。²³

このように、ラジオが家庭のリビングの一部となり、いわゆる“機械オンチ”の女性や子供にも受容されるようになったことは、ラジオが娯楽メディアとして機能する土台となった。しかし、リビングで音楽を聴いて楽しむメディアとしては、ラジオ以前にも

²¹ Susan Smulyan, *Selling Radio: The Commercialization of American Broadcasting, 1920-1934* (Washington: Smithsonian Institution, 1994).

²² 吉見俊哉『「声」の資本主義—電話・ラジオ・蓄音機の社会史』（講談社、1995年）191頁。

²³ “Babson Sees Social Revolution As Radio Revives Home Life,” *New York Times*, April 5, 1925, p. XX14.

蓄音機があったはずである。蓄音機はエジソンが 1877 年に発明したフォノグラフに始まり、ベルリナーによる平円盤のディスクを使用したグラモフォンの定着により、一般の家庭にも普及し始めるようになった。1920 年代のアメリカにおいては、ビクター、コロムビアといったレコード会社が、オペラといったクラシック音楽から、ブロードウェイで流行したポピュラー・ソングまで、様々な音楽のレコードを発売していた。20 年代におけるラジオの普及は、まずこの蓄音機の役割を徐々に引き継いでいく過程として捉えることができる。

例えば、ラジオの業界紙『ラジオ・ニュース』(*Radio News*) の広告をたどっていくと、1920 年代初頭には、自分でラジオを組み立てるといったアマチュア無線向けの広告が多かったのに対し、1924 年頃から、ラジオを通していかに音楽を楽しむかという内容の広告が増えてくることが分かる。例えば、ラジオのスピーカーの広告では、音声の明瞭さを銘打った次のようなものがみられる。

音楽がいくら大きく聞こえても、高い音から低い音まで“明瞭”に聞こえなければ、作曲家や演奏家が意図していた“本当の音楽”とはいえない。至るところで放送されている音楽が、ぼんやりと不明瞭にではなく、クリアに、かつなめらかに届けられてしかるべきである。N&K のスピーカーは、まるで演奏者が部屋にいるように、音楽をより明瞭かつ自然に聞こえさせる。²⁴

また別の例としては、「音楽批評家を満足させるラジオ」というタイトルで、メトロポリタンの音楽批評家をはじめとした、音楽愛好家の要望を満たすラジオの宣伝がみられる²⁵。これらのラジオにおける音質の向上について、上にみたラジオの「ガレージからリビングへ」、「マニアからマスへ」という転換に加え、吉見はさらに、ラジオ受信機の製造業者たちが、遠くの電波をキャッチしてそれを可能な限り増幅できる装置を作ろうとしていたそれまでの方針を転換し、1920 年代後半から音質の改良に努め始めるという、「より遠く」から「より美しく」という転換があったことを指摘している²⁶。

このように、1920 年代を通してラジオは家庭で音楽を再生する機械として蓄音機と同じ役割を担うようになっていった。実際、1925 年に電気録音によるレコードの販売が開始されると、蓄音機とラジオを合体させた機械が売り出されるようになり、さらに 1929

²⁴ “Clearness vs. Indistinctness,” *Radio News*, December 1924, p. 1009.

²⁵ “Radio That Satisfies The Music Critic,” *Radio News*, December 1924, p. 1059.

²⁶ 吉見、192-193 頁。

年には、ラジオ会社の RCA がレコード会社のビクター社を買収するなど、ラジオが蓄音機の役割を置き換えていく動きがみられるようになった。

1.4. 劇場内のラジオ

このような家庭での娯楽として普及していくラジオに対して、劇場経営を営む映画側からは、ラジオが観客動員数を減らす脅威になり得るかどうかという議論が持ち出されることになる。

ラジオは映画産業の脅威だろうか？ 多くの人がそう感じている。興行者はラジオが自分たちのビジネスに割り込んできていることを深刻な問題として受け止めている。人々が家にいたままラジオに聞き込み、劇場に足を運ばなくなるというのだ。²⁷

上記の引用は 1924 年のものだが、ここでは、ラジオが全国の家庭にどれほど設置されているのか、あるいは、実際にラジオの普及が映画の興行成績をどれほど悪くしたのかといった客観的な統計が出ていない、憶測の段階だとしている。しかし、ラジオが無視できない存在として意識されていることは明らかであり、ラジオ放送が始まりサウンド映画が普及する以前の 1920 年代を通して、映画側からは今後ラジオにどう対応していくかという議論が交わされることになる。

後の映画とテレビの関係を考えた場合、音声しか持たないラジオが映画に対して深刻な影響を与えるとは想像しにくい。実際当時においても、特に映画を製作する側においては、ラジオが映画の脅威になるという危機感はあまりみられなかったようである。例えば、映画プロデューサーの B・P・シュールバーグは、「ラジオが無声ドラマのファンを減らすか」という問いに対し、次のように答えている。

全く別の方面に訴えるメディアが、映画館の観客動員数を減らす要因になるなど考えることは実にばかげている。ちょうど、ラジオと同じく純粹に耳に訴える蓄音機が、スペクタクルも持ち合わせるオペラのライバルになると考えるのと同じようなことである。(中略) このラジオが映画に影響するという議論は、映画が普及し始めた頃に叫ばれた同等の議論を思い出させる。当時言われたのは、映画がステージ

²⁷ “Selling Pictures Over the Radio,” *Motion Picture News*, August 2, 1924, p. 532.

のアトラクションをだめにするだろうというものだったが、今日のブロードウェイをみれば、劇場と映画館の双方が観客の要望に応えるためにより多く必要とされている。²⁸

ここで興味深いのは、新しいメディアであるラジオが映画に与える影響について語られるとき、引き合いとしてかつての映画が演劇に与えた影響について言及されることである。引用における文脈に従えば、映画と演劇が異なるのと同じように、映画とラジオは全く別のものであるから心配無用、ということになるが、実際に映画館を運営する興行者は、また異なる認識を持っていたようである。例えば、アメリカの業界紙の中でも映画興行者向けの記事の多い『モーション・ピクチャー・ニュース』では、映画とラジオの関係に演劇を引き合いに出し、次のように述べている。

「映画は舞台を駄目にするだろう」という悲嘆は記憶に新しい。しかし、実際にはそうならなかった。もちろん、映画がより安い劇場のアトラクションに多大なダメージを与えたことは確かだが。今日に至ってさらに、新たな警告が発せられている。「ラジオは舞台と映画を駄目にするだろう。」²⁹

「この新しい娯楽形態によって直接打撃を受けるのは興行者である」と記事の文面が続くように、家庭で受容されるラジオに関してまず対応を迫られたのは、各映画館を運営する興行者だった。特に、ラジオが娯楽として普及するようになる 1920 年代後半は、先にみたように、映画の上映だけでなく、音楽の演奏やヴォードヴィルの舞台上演といった出し物が全体のプログラムの中での比重を増していた時期である。映画興行者にとっては、各映画の内容だけでなく、毎晩のプログラムにどのような映画を選択し、それに対してどのような伴奏音楽をつけ、さらに映画上映のプロローグとしてどのような舞台上演を行うかすべてが、観客を劇場に呼ぶために必要な項目だった。“対ラジオ”という点からは、興行においていずれも公共の場を必要とする映画と演劇は逆に結束を強めているとみることも可能だろう。また、ニューヨークのような大都市は別としても、地方の小さな映画館がラジオによって打撃を受けるという見解に対しては、映画館の観客動員数の減少はラジオのせいではなく、その映画の見せ方 (showmanship) が悪いため

²⁸ “Schulberg Says Radio Will Not Hurt Movies,” *The Sun*, March 9, 1924, p. MP6.

²⁹ “Film Radio Stations Advocated,” *Motion Picture News*, April 11, 1925, p. 1585.

であると述べられている³⁰。「劇場はコミュニティーの問題であり、小さな映画館の興行者は映画上映のプログラムの質を高めることにより、この事態を避けることができる」という記述からは、ラジオに対して問題にされているのが映画自体ではなく、映画の興行全体であることが分かる。

このように劇場の映画と家庭のラジオが対比されたが、1920年代のラジオがもたらしたものは、単に家庭で楽しむ蓄音機の代替だけではない。同時期には、家庭でよりよいサウンドを聞くためのラジオの広告が増えていくのと同時に、ラジオのマイクとスピーカーがいかに家庭を離れ、外部の場所に新しく取り付けられていったかという報告記事がみられるようになる。それは例えば、デパートや会社のオフィスといった多数の人々が働く屋内の仕事場であり、公園といった屋外の場所にスピーカーを取り付け、音楽をより広い空間に提供しようとする試みも行われた³¹。音楽の他に、スピーチの放送という点でも、1923年には、議会議事堂での大統領の演説がマイクとスピーカーを通して初めて“放送”されたことが報告され³²、同様の内容は、教会の礼拝堂における牧師の説教にマイクが使われたといった記事にもみられる³³。さらには、移動中の車でラジオを聴くためのカー・ラジオが設置され始めるなど³⁴、1920年代はラジオをどこかに“くっつける”試みの連続だったともいえる。

このように、公共の場に設置されたラジオのマイクは、スピーカーを通してより広い空間に音声を届けることになり、さらにその音声は家庭のラジオを通してその場にはいない観客にも受容されることになる。娯楽としてのラジオの最大の利点は、それが劇場という公共の場にいかなくても受容できることだが、ラジオがこのような公共のエンターテインメントの代替となるためには、そのラジオ放送が公共の場と何らかのつながりを持っていなければならない。特に、1920年代のラジオ放送の多くがレコードの録音放送ではなくライブであったことも踏まえるならば、ラジオと蓄音機の違いは、ラジオがどのように何らかの形で公共の場と、それも共時的につながっている点にあるといえるだろう。ラジオが公園や教会といった日常空間に遍在的にみられるようになるならば、人々が定期的に訪れる公共の場である映画館にマイクとスピーカーの配線が行われようになるのも、時間の問題である。

³⁰ “Radio Does Not Compete with Movies,” *New York Times*, April 20, 1924, p. XX17.

³¹ “Giving the Whole Town A Radio Concert,” *Radio News*, 1923, p. 1442; “Sound Amplifiers Provide More Parks with Music,” *Radio News*, January 1930, p. 638.

³² “Broadcasting First Presidential Message to Congress,” *Radio News*, February 1923.

³³ “Radio Pictorial,” *Radio News*, February 1923, p. 1466; “Radio Religion,” *Radio News*, March 1930, p. 822-823.

³⁴ “Radio on the Run,” *Radio News*, December 1922, p. 1061.

家庭の娯楽としての性格だけでなく、このようなラジオの公共の場における受容についても考えると、1920年代に映画がラジオを利用する方法として、映画上映とラジオ放送をシンクロさせる試みがあったことも理解できる。当時の業界紙にみられる“映画対ラジオ”の議論の中では、映画がラジオと協力する方法として、この映画館内におけるラジオ放送がしばしば取り上げられている。例えば、将来的な可能性というレベルでは、1920年の段階において既に、劇場でラジオ放送を使う興行形態が提案されている。「オペラを無線で」と題したこの記事においては、「偉大なアーティストの演技と歌声を、アメリカ中の何百という劇場で同時に見て聞く方法」として、次のような案を出している。

例えばオペラの『アイダ』をすべて撮影しよう。これはおそらく長編映画 4～5 本分になるだろうが、他の映画と同じようにオペラを撮影するのだ。そこで、スター、歌手、役者、コーラス、オーケストラ、指揮者がすべてが映画スタジオに集まり、彼らの前に撮影済みの『アイダ』をスクリーンに映写する。歌手、パフォーマー、コーラスのメンバーはそれぞれマイクを持ち、スクリーンを注意深く見ながらその動きに合わせて歌う。キャストがほとんど同じであれば、スクリーンに合わせてタイミングよくマイクに歌うことは困難ではないはずだ。すべてのマイクは上にある無線のラジオ室につながり、そこでは高精度のマイクによってオーケストラの音楽も拾っている。そこですべての音声はアンプによって増幅され、全国に同時に放送されることが可能となる。各地の映画館は事前にフィルムを受け取り、放送の日時を確認し、それに合わせて上映を始めればよい。もちろん、館内には拡声器を設置しておく必要があり、後は映写技師がラジオから聞こえてくる音楽に合わせて映写のスピードを調整すればよい。³⁵

また、「未来の劇場像」と題した 1922 年の記事においては、映像に合わせて聞かれる俳優の声が、蓄音機のレコードに録音されたものではなく、ライブのラジオ放送を通して演じられる生の声であるメリットを述べ、全国の映画館がラジオ放送のための機器を設置するならば、ニューヨークの劇場を凌駕することも可能だと期待している³⁶。あるいは、豪華映画館における映画音楽を手がけたことで知られるヒューゴー・リーゼンフェルトなどは、将来の映画興行の一つの形態として、ある場所で行う著名な人物による講演をラジオで放送し、その講演を解説する映画を全国の映画館で同時に上映すること

³⁵ “Grand Opera by Wireless,” *San Francisco Chronicle*, January 11, 1920, p. SM2.

³⁶ “The Theatre of the Future—Via Radio,” *The Washington Post*, June 17, 1922, p. 28.

を提案している³⁷。

このラジオ放送に合わせた映画上映は、技術的に困難で定着するに至らずに終わるが、サウンド映画が一般的になる以前の 1920 年代後半において、いくつか実際に試みられた事例がある。ドナルド・クラフトンは、1925 年に行われた二つの注目すべき試みとして、フリッツ・ラングの『ジークフリート』(*Siegfried*, 1923) の上映に合わせて演奏された音楽の放送と、MGM のプロモーション映画の上映に合わせて、ノーマ・シアラーなどの出演者の声を放送したものを挙げている³⁸。また、1927 年には、MGM の『アナ・カレニナ』(*Love*, 1927) の公開の際、普段はスポーツ中継を専門とするラジオのアナウンサーが、映画の内容を逐一説明する放送が行われた³⁹。これらは複数の映画館に向けてラジオが放送された例だが、個々の映画館で上映を行う際の新しい企画として、ラジオによる音声を加えることも行われた。例えば、ロードアイランドのルロイ劇場では、『赤ちゃん万歳』(*Oh, Baby*, 1927) を上映する際、ラジオのアナウンサーをオフ・ステージに配置し、彼のマイクを館内放送につないだ状態で、映画のボクシングのシーンに、通常のラジオで聞かれるのと同じボクシング観戦の放送を流す試みを行っている⁴⁰。

これらの映画館によるラジオの利用がみられるようになる 1927 年は、ワーナー・ブラザーズによるヴァイタフォン映画『ジャズ・シンガー』(*The Jazz Singer*, 1927) が公開された年でもある。この頃からサウンド映画が他の無声映画と交じって映画館で上映されるようになると、映画館ではサウンド映画の音声とラジオ放送の音声の切り替えを行うようになる。おそらく、映画館内でのラジオ放送として最も大きなイベントとなったのは、1928 年 4 月に行われたユナイテッド・アーチストによるラジオの全国放送だろう。この放送ではチャップリン、ダグラス・フェアバンクス、ジョン・バリモアといったスターが出演したため、映画館側は観客動員数が落ちることを見越し、その対策としてラジオ番組を通常のプログラムに組み入れることを行った。既にヴァイタフォン・システムが導入されていた劇場チェーンでは、番組が放送される間だけショーを中断し、代わりに短編映画を上映しながら、ヴァイタフォン・システムのスピーカーを使ってラジオ放送を館内に流している⁴¹。これは、“トーキー” が当然となる直前の特異な例であるが、全国で同じ音声を受容するという点において、サウンド映画とラジオが入れ替え

³⁷ “Radio Does Not Compete with Movies,” *New York Times*, April 20, 1924, p. XX17.

³⁸ Crafton, p. 42.

³⁹ “Broadcast of ‘Love’ is Promised as Innovation,” *The Film Daily*, December 11, 1927, pp. 1, 12.

⁴⁰ “Novel Radio Presentation Inspires by ‘News’ Editorial,” *Motion Picture News*, July 1, 1927, p. 2522.

⁴¹ “Opinion Differs on Broadcast,” *Motion Picture News*, April 7, 1928, p. 1141.

可能だったことを示す一例である。

1 章では、1920 年代の映画の興行形態とラジオの発達を辿り、サウンド映画の普及以前に両者の間でどのような接点があったのかを考察した。映画の興行は、フィルムである映画の上映だけではなく、音楽や舞台上演などのライヴ・パフォーマンスを常に伴うものであり、映画を見ることは劇場という空間での体験を意味していた。一方、通信手段として始まったラジオは、1920 年代から放送という形でマス・メディアの様相を持つようになり、家庭の娯楽としても普及し始める。この公共の劇場空間を必要としないというラジオの特性は、それまでの演劇や映画にはなかったものであり、ラジオの存在はまず映画興行者から意識されるようになる。しかし同時に、ラジオはそれまでの蓄音機とは違って、公共の場からしかも共時的に放送するという特性も有しており、1920 年代を通してラジオ放送のためのマイクとアンプが、家庭を離れた公共の場所に設置されるようになる。人々が集まる劇場空間としての映画館にもラジオが設置され、人々がマイクとアンプを通した音声を聞くという流れは、映画館におけるサウンド・システムの導入の流れと相関をなしている。2 章では、サウンド映画の普及以降、ラジオが映画の興行とどのように関わってくるのかをみていきたいと思う。

2. 映画の興行にみられるラジオの利用

2.1. 映画スタジオとラジオ

1920年代のラジオの普及は、まず映画興行者の間で意識されたが、映画を製作しているスタジオがラジオに無関心であったわけではない。映画産業とラジオとの提携において早いものでは、まずワーナー・ブラザーズによるものが挙げられるだろう。新興のスタジオとして勢いを増していたワーナー・ブラザーズは、1925年にパイオニア時代からの映画スタジオで配給の全国ネットワークを持っていたヴァイタグラフ社を買収する。同年、ワーナー・ブラザーズはスタジオの下部機関として自社のラジオ局 KFWB をロサンゼルスに設置し、この時ラジオ局の設置を担当したウェスタン・エレクトリックの紹介で、実験段階だったウェスタン・エレクトリックのサウンド・システムに共同で着手することになる。この新しいサウンド映画のシステムは“ヴァイタフォン”と名付けられ、その第一作目は翌1926年の『ドン・ファン』(*Don Juan*, 1926)として公開された。ワーナー・ブラザーズの代表であったハリー・ワーナーは、ラジオ局 KFWB の設置に際し、映画製作者のラジオに対する意識とその見直しの必要性について、以下のよう述べている。

ワーナー・ブラザーズもメンバーになっている映画製作者配給者協会 (MPPDA) は、ラジオの問題をもっと深刻に受け止めるべきだ。ラジオも協会が適切に対処すれば、映画産業の利益のために役に立つはずである。映画産業が現在のあり方を見直し、ニューヨーク、ロサンゼルス、そして可能であれば中西部にも自社のラジオ局を立ち上げる。こういったことを通して、映画製作者は業界に関わるすべての人、特に興行者に対してプラスとなるように映画を進展させることができるだろう。⁴²

1926年になると、ラジオの初の全国ネットワークとして、NBC (National Broadcasting Company) が設立される。NBCは、デイヴィッド・サーノフ率いるアメリカ・ラジオ会社 RCA によって設立され、RCAは独自の映画のサウンド・システム、

⁴² “Film Radio Stations Advocated,” *Motion Picture News*, April 11, 1925, p. 1585.

“RCA フォトフォン”を開発していた。RCA はキース・アルビーの劇場チェーン KAO (Keith-Albee-Orpheum) と、ジョセフ・P・ケネディの率いる映画会社 FBO (Film Booking Offices of America) を合併し、1928 年には新たな映画スタジオ RKO (Radio-Keith-Orpheum) を設立した。

一方、1927 年には、独立系のラジオ局とコロンビア・レコードが合併し、NBC と並ぶネットワークとして CBS (Columbia Broadcasting System) が設立される。1929 年には、既にサウンド映画の導入を開始していたパラマウントが、CBS の株 49 パーセントを保持する株主となり、ラジオとの本格的なタイアップを開始する。大恐慌の影響を受けて、パラマウントは 1932 年に CBS の株を売却するものの、自社の映画の宣伝やラジオ・スターの起用は CBS を通して行い、NBC と提携する RKO スタジオに対抗した。

このように、映画スタジオとラジオとの産業間の提携は、1920 年代後半からみられる映画スタジオによるサウンド映画の着手と並行して行われていることが分かる。ダグラス・ゴメリは、アメリカ映画におけるサウンド移行期を、隣接する産業との合併・統合による映画産業の拡大であり、それがスタジオ・システムの基盤となったと論じているが⁴³、ラジオがその提携において重要な位置を占めていたことは明らかである。

2.2. 映画興行の変化

ラジオとの提携にいち早く着手したワーナー・ブラザーズが、ラジオ放送による映画の宣伝を通して映画興行の向上に期待したのと同じように、サウンド映画としてのヴァイタフォンの開発もまた、映画製作の変化よりも、映画の興行における経済性を出発点に行われた。例えばハリー・ワーナーは、ワーナー・ブラザーズがヴァイタフォンを始めた理由を次のように述べている。

もし我々がトーキー (talking picture) の考えを捨てて、今日の映画館が最も必要としているもの、つまり映画に伴う音楽に専念したら、最終的に人々がトーキーを求めるレベルまでにそれを改善できるかもしれない。もし私が (ウェスタン・エレクトリックのサウンド・システムのデモを) 見に行かなかったら、観客がトーキーを求めるようになるとは思ひもしなかっただろう。しかし、音楽！ それはまた別問題である。私がその時思い浮かべたのは、4000～5000 席の映画館である。そこ

⁴³ Douglas Gomery, *The Coming of Sound: A History* (New York: Routledge, 2005).

で我々のビジネスで最も重要な映画を上映するが、映画で最も重要な要素である音楽を軽視している。興行者が、序曲としてオーケストラの演奏を行っても、映画に音楽をつけなかったとしたら。サイレントの映画をただ上映するのと、オーケストラの音楽をつけて上映するのとでは、大きな違いがある。(中略) そこで私は、ウェスタン・エレクトリックと契約し、まず“トーキー”という名称を排除して、音楽に専念することを取り決めた。⁴⁴

ワーナー・ブラザーズが即座に“トーキー”の着手を行わなかった背景には、それ以前の映画史における様々な前例がある。ヴァイタフォン以前にも、映像に音声を同調させようとする試みは 1900 年代から数多く行われていたが、いずれも興行的に失敗し定着するまでに至らなかった⁴⁵。技術的に可能であることと、それが興行的に成功しドミナントなモードとなることとは別であり、1920 年代半ばの段階では、“トーキー”とは映画業界において興行的失敗を意味するジンクスとして認識されていた。ワーナー・ブラザーズが、それまでの無声映画のモードを変えずに、映画に伴う音楽から始めたのはこういった背景があるためであり、ヴァイタフォンのデビュー作となった 1926 年の『ドン・ファン』では、二時間弱のメインの映画において俳優が台詞をしゃべることは一切ない。その代わり、映画の伴奏音楽と、その前につく一時間近いプロローグが、通常の映画興行ではライブ・パフォーマンスとして行われるところを、ヴァイタフォンによる以下のような上映内容になっている。

1. MPPDA 会長ウィル・H・ヘイズによる挨拶
2. ニューヨーク交響楽団による演奏
3. ミシャ・エルマンによるヴァイオリン演奏
4. “弦楽器の魔術師”ロイ・シミックによるバンジョー演奏
5. ソプラノ歌手マリオン・タリーによるオペラ独唱
6. エフレム・ジンバリストによるヴァイオリン演奏
7. テナー歌手ジョバンニ・マリネッリによるオペラ独唱
8. アナ・ケイスとメトロポリタン・オペラによる舞台上演
9. 長編映画『ドン・ファン』

⁴⁴ Kennedy, pp. 320-321.

⁴⁵ エジソンのキネトフォン、ゴーモンのクロノフォン、D. W. グリフィスの『夢の街』(*Dream Street*, 1921) で用いられたフォトキネマなど、無声映画時代に失敗したサウンド映画の試みについては、以下を参照。Gomery, pp. 24-31; Crafton, pp. 55-60.

ここでみられるオーケストラによる序曲、歌手による独唱、舞台上演といった内容が、1 章でもみた当時の豪華映画館における興行プログラムの形式を踏襲したものであることが分かるだろう。このように、ヴァイタフォンは無声映画をトーキーに変えようとするところから始まったのではなく、長編映画の音楽、または長編映画の前に行われる“プレゼンテーション”のライブ・パフォーマンスを短編映画で代替することから始まった。長編映画のモードは変えずに、サウンド・システムを導入する姿勢は、長編映画『サンライズ』(*Sunrise: A Song of Two Humans*, 1927) の音楽に始まり、短編映画としてのニュース映画を中心に使われたフォックス社のムーヴィートーンも同様である。このサウンド映画をめぐる方針は、当時映画以外の興行物の拡大に支障をきたし出していた映画興行者の間にも、好意を持って迎えらるることになる。

“プレゼンテーション”に象徴される 1920 年代後半の映画館の興行に関して、当時の業界紙においていくつか議論が展開されていた。一つは、映画館におけるヴォードヴィルなどの舞台上演の拡大に対し、それが映画館同士の競争によるものだというものがある⁴⁶。都市部、特にヴォードヴィルなどの舞台俳優が豊富であるニューヨークの豪華映画館が、それぞれ目新しさを求めて舞台上演を発達させたため、そういった出し物ができない小規模の映画館、あるいは地方の映画館との格差が広がることになった。問題は、これらの映画館がどのようにしてニューヨークの豪華映画館に対抗するかであり、ヴァイタフォンをはじめとするサウンド映画は、そういった地方の映画館のニーズに答えるものとして提供された。ハリー・ワーナーは、ヴァイタフォンが達成すべき最も大きな使命を、次のように語っている。

一部の人は 7、8 ドルを払ってオペラに行き、世界的に優れたオペラ歌手の演奏を聞くことができるが、他の何万人もの人がそれをできないでいる。その中には、良い音楽を聴きたいと思っている人々がいるのであり、ヴァイタフォンはそれを可能にする。⁴⁷

ここで述べられている「良い音楽」とは、長編映画に伴われるオーケストラの音楽の他に、歌手やジャズ・バンドによる演奏といった単独の出し物も含んでおり、その後ワーナー・ブラザーズは、ヴァイタフォンによる音楽をつけた長編映画に加え、ヴォードヴ

⁴⁶ “Name Rivalry Between Picture, Not Vaudeville House,” *Motion Picture News*, November 18, 1927, p. 1559.

⁴⁷ Kennedy, p.335.

イルの俳優が出演する短編映画を大量に製作する⁴⁸。

一方、たとえニューヨークの豪華映画館であっても、毎回のプログラムにライブ・パフォーマンスを取り入れることは人件費がかさむため、長期的な経営を行う上で危惧されるようになった。結局のところ、大規模なプレゼンテーションの流行によって映画館で必要とされたのは、ライブ・パフォーマンスの代替となる、よりコストのかからない目新しい出し物ということになり、例えば 1927 年に「映画の大聖堂」(The Cathedral of the Motion Picture) として建設された収容人数 6000 席のロキシー劇場では、ヴァイタフォンの短編映画が他の舞台上演の出し物と並んで上映されている⁴⁹。他の映画館に先駆けてサウンド・システムを導入したロキシー劇場に続き、ニューヨークの他の豪華映画館もサウンド映画を導入するようになり、ハリー・ワーナーは、豪華映画館がヴァイタフォンを使用する模範例として、映画の序曲だけにライブのオーケストラを使い、残りをヴァイタフォンで置き換えることを提案している⁵⁰。

この代替としてのサウンド映画は同時に、舞台上演に対抗する映画側の革新としても位置付けられた。つまり、「エンターテインメントの基本は目新しさであり、その目新しさは映画自体に含まなければならない」⁵¹という、過剰なライブ・パフォーマンスへの批判の答えがサウンド映画であるという図式が、業界紙などの言説において成り立つことになったのである。「映画に戻ろう」という見出しで、映画館の現状について批評した『モーション・ピクチャー・ニュース』の記事は、映画館におけるプレゼンテーションの問題とその打開策について、以下のようにまとめている。

我々は今日ほとんど映画のことを耳にしない。むしろ耳にするのは、バンド、舞台、ヴォードヴィルの有名人、ジャズといったものである。それは熱狂的であり、革命的であり、競争は激しく、映画は後回しである。(中略)しかし、観客の目に映画をより魅力的に見せる新しい発展が、映画自体から出てくることになるだろう。それはまた当然の発展である。今週、ロサンゼルス映画館でサウンド映画が非常に高い成功を収めたことを指摘しておこう。その報告を読んで、じっくり考えてみようではないか。⁵²

⁴⁸ これらのヴァイタフォン映画の多くは、ニューヨークにあるヴァイタグラフ社の古い映画スタジオで製作された。

⁴⁹ “Roxy,” *Variety*, March 16, 1927, p. 22.

⁵⁰ Kennedy, pp.320-321.

⁵¹ “Presentation Making Films Chases for Vaudeville,” *Motion Picture News*, December 2, 1927, p. 1697.

⁵² “Back to the Movies,” *Motion Picture News*, November 18, 1927, p. 1553.

1927年10月に公開された『ジャズ・シンガー』が、映画がサイレントからトーキーに移行するマイルストーンとして認識されるようになったのは、アル・ジョルソンという大スターが、映画館のプレゼンテーションに呼ばれてパフォーマンスをするのではなく、映画館の正統なメイン・アトラクションである長編映画の中で歌ったことによることが大きいだろう。サウンド映画によるライブ・パフォーマンスの置き換えは徐々に進み、1928年の半ばを過ぎることには、豪華映画館においてバンド・ショーなどを排した映画中心のプログラムが、「すべてのショーをスクリーンで」というスローガンの下で実行されるようになる⁵³。同年には、サウンド映画に対する映画館のオーケストラ団員によるストライキや、サウンド映画の予告編でスターの舞台挨拶が代用されてしまうことに対する反論も起こったが、映画スタジオ側のサウンド・システムへの移行は、1928年の間に大々的に進められた。

このように、映画館におけるライブ・パフォーマンスを機械で置き換えるものとして登場したサウンド映画であるが、そのために映画館の舞台上演が即座に消え去ったわけではない。特に、“オール・トーキー”の長編映画が一般的になる1930年になると、それまでの目新しさとしてのサウンド映画への熱狂がなくなり、逆に映画館におけるライブ・パフォーマンスのリバイバルがおこっている。『モーション・ピクチャー・ヘラルド』(*Motion Picture Herald*)では、トーキーの到来によって一時的になくなっていった映画館の舞台上演が、1930年の後半から再び戻ってきたことを報告している。

舞台上演に回帰する動きは全国的に顕著にみられる。(中略) この新たな動きは、トーキーの目新しさが何ヶ月も前から徐々になくなり始めて以来、興行者がステージ・ショーを強める必要に迫られたからだとされている。もはや観客は、お気に入りのスターが機械的に台詞をしゃべりながらスクリーンを横切るのを、畏敬の念を持って見ることはしない。生身のパフォーマンスが強く求められているのだ。⁵⁴

この「ステージ・ルネサンス」とも呼ばれた舞台上演のリバイバルで、トーキー映画に対する舞台上演の核心は、俳優が観客に直接対峙する「ライブのエンターテインメント」とされ、映画の幻影(shadow)に対する生身(flesh)の性格が強調された⁵⁵。また、『フィルム・デイリー・イヤーブック』は、1931年の映画館の興行を総括し、この舞台上演

⁵³ “Whole Show on Screen”, *Motion Picture News*, October 6, 1928, p. 1089.

⁵⁴ “Rehabilitation of Flesh-and-Blood in Film Houses Gains Momentum,” *Motion Picture Herald*, January 17, 1931, p. 71.

⁵⁵ “Talkies Create Demand for Stage,” *Motion Picture Herald*, April 25, 1931, p. 67.

のリバイバルの要因を、当時の大恐慌下による経済状況と、その影響によって導入された二本立て興行との関連から、以下のように分析している。

(1) 不況によって落ち込んだ観客動員数を上げるために、可能性のあるものなら何でも試そうとする必死の試行錯誤の結果。

(2) 二本立て興行の増加を一つの要因とする、質の高い映画の急速な減少によって、ヴォードヴィルを加えざるを得ない状況。⁵⁶

いずれにせよ、各地の映画館では「ほこりをかぶって隅に追いやられていたオルガンが、再び作動し始め」⁵⁷、オーケストラ・ピットに再び楽団員が雇われて入る場合もあった⁵⁸。映画館におけるヴォードヴィルも同様で、RKOは自社のチェーンの映画館にヴォードヴィルを復帰させる大々的な政策を打ち出し、パラマウント、ワーナー・ブラザーズもこれに続いた⁵⁹。

しかし、この1930年代初頭の映画館におけるライブ・パフォーマンスのリバイバルは、1920年代後半の無声映画期にみられたものとは明らかに異なる事情があった。上の『フィルム・デイリー・イヤーブック』の記事はさらに続けて、ヴォードヴィルの舞台上演がそのライブ性のために復活したという定説に疑問を呈している。この記事では、ヴォードヴィルをプログラムに入れた映画館の興行が成功した例が、ニューヨークなどの都市部でトップ・スターを舞台に招いた場合か、ヴォードヴィルの後に上映される映画がヒット作だった場合だけであることを挙げ、ライブ・パフォーマンスであるだけでは効果がないことを指摘している。

制度としてのヴォードヴィルは死んだ。なぜなら多くの新しい人材は、観客を呼べるだけの存在になるために、まず映画かラジオに出演しているからである。スターを育てるメディアとして、舞台はスピードが遅すぎる。今後のヴォードヴィルの興行は、映画、ラジオとの密接な関係の下に行われるだろう。⁶⁰

⁵⁶ “Stage Shows,” *The Film Daily Yearbook*, 1932, pp. 101, 103.

⁵⁷ “Movement to Return Music and Talent to Theatres Making Rapid Headway,” *Motion Picture Herald*, February 7, 1931, p. 59.

⁵⁸ “Strike Settled, Stage Shows Return,” *Exhibitors Herald-World*, December 6, 1930, p. 48.

⁵⁹ “Pro-Con Stage Show Facts in L.A.,” *Variety*, November 17, 1931, p. 9; “Opening Now Seen for Vaudeville Comeback of Important Extent,” *Variety*, December 15, 1931, p. 24.

⁶⁰ “Stage Shows,” *The Film Daily Yearbook*, 1932, pp. 101, 103.

ここで、舞台上演のヴォードヴィルに対するマス・メディアとしての映画とラジオが並置されているが、この記事はさらに続けて次のように述べている。

もし映画館が、無名の俳優による舞台上演と、同じぐらい魅力のない映画上映のどちらを取るか選択しなければならないとしたら、どちらを採ったとしても、ほとんどの観客は家にいて、ラジオの『アモスとアンディ』(*Amos 'n' Andy*) を聞くことになるだろう。⁶¹

ここで再び、劇場経営を行う舞台と映画に対するラジオの構造が出てくることが上の引用から分かるが、1930 年代初頭の状況は、無声映画期の 1920 年代後半とはメディア間の力関係において大きな違いがある。以下から、サウンド移行期に並行してラジオがメディアとしてどのような成長をみせたのかを考察しよう。

2.3. ラジオの成長

1920 年代後半からラジオが通信手段としての機能から、マス・メディアとしての性格を持ち合わせるようになり、娯楽メディアとしても認識し始めらるようになったことは 1 章で述べた。ジャズ・エイジと共に 1920 年代の産物として認識されがちなラジオであるが、ここでは特に 1930 年代初頭の大恐慌期の持つ意味を強調し、ラジオの文化的な地位の向上と、それが映画のサイレントからトーキーへの移行のいわば結末に与えた影響についてみていきたい。

ヴァイタフォンといったサウンド映画の登場は、映画スタジオにとってラジオとの提携をより容易にする契機となった。特に、1920 年代末における映画のテーマ・ソングの流行⁶²は、映画の歌をラジオを通して宣伝するだけでなく、映画スタジオと音楽業界の提携をも促した。例えば、1925 年にラジオ局を設置、1926 年にヴァイタフォンに着手したワーナー・ブラザーズは、1929 年にニューヨークのティン・パン・アリーの楽譜出版会社ウィトマーク (M. Witmark & Sons) を買収し、音楽業界との提携にも乗り出している。1929 年末には、「全国の歌のベスト・セラーの 85 パーセントは、映画用に作曲

⁶¹ Ibid.

⁶² “The Birth of the Theme Song,” *Photoplay*, November 1929, p. 70.

されたものである」⁶³と報告されるほど、映画産業と音楽産業の合併がみられ、その歌の宣伝にラジオが大いに活用された⁶⁴。「今日、ラジオはもはや映画の外部にある対抗勢力ではなく、映画の発展を促す強力な味方である」⁶⁵と高らかに宣言されるほど、ラジオに観客を取られるのではないかという当初の懸念は、一件落着となった。

しかし、1930年代に入り映画のテーマ・ソングの流行がトーキーへの熱狂と共になくなると、映画とラジオの提携は再び危ういものになる。何よりも大恐慌の影響で、映画産業は経済的に大きな打撃を受けた。映画の観客動員数は、1931～33年に大恐慌の痛手で大幅に減少し⁶⁶、パラマウントは経営破綻によってラジオ・ネットワーク CBS の権利を売却せざるを得ない状況になった。映画産業に限らず、ブロードウェイやヴォードヴィルなどのショー・ビジネスが次々と赤字を出している中で、唯一“恐慌知らず”だったのがラジオであり、NBC と CBS の双方が収入の増加を報告している⁶⁷。ラジオは、1920年代から、観客を家庭に引き止めてしまう魅力的な娯楽として、映画や舞台の劇場経営から懸念されていたが、大恐慌期のラジオの急成長によって、その打撃が目に見える形で現れることになった。

ラジオは 1930 年代に入ると、番組のヴァリエティが増加し、娯楽番組のフォーマットが確立していくなど、内容面での充実がみられるようになる。例えば 1932 年頃から、それまでのコマーシャルを中心とする 15 分の番組から、30 分～60 分の番組が増え始めるが⁶⁸、このラジオの内容面が充実していった背景として、まずラジオへの人材の集中が挙げられる。ちょうどトーキーが流行した際、舞台俳優や脚本家が一斉にハリウッドに向かったのと同じように、この 1931～32 年にはラジオの羽振りの良さを受けて、ラジオに新たなキャリアを求める人々が増える。ショー・ビジネスとの関わりでは、ヴォードヴィル、ブロードウェイの俳優や歌手など、とにかく声に自信がある人は一度はラジオ出演を試みるという「ラジオ・オーディションのゴールドラッシュ」⁶⁹が起こる。下の記事からは、それまでの舞台とラジオのヒエラルキーが逆転し、パフォーマンスの場としてのラジオの地位が高まったことが窺えるだろう。

⁶³ “Picture Song Lead,” *Motion Picture News*, December 21, 1929, p. 23.

⁶⁴ “Radio Publicity,” *Motion Picture News*, September 7, 1929, p. 902.

⁶⁵ “A New Parade—Get In Step!,” *Motion Picture News*, October 5, 1929, p. 14.

⁶⁶ 週の平均観客動員数は、1927 年の 5700 万人から、1929 年には 9500 万人、1930 年には 11000 万人に拡大するが、1931～33 年にかけて 6000 万人に激減する。“Film Facts,” *The Film Daily Yearbook*, 1936, p. 37.

⁶⁷ “No ’33 Depress for Radio,” *Variety*, December 27, 1932, p. 31.

⁶⁸ “Favoring 1/2 Hour B’cast,” *Variety*, March 8, 1932, p. 59.

⁶⁹ “Air Audition Gold Rush,” *Variety*, September 27, 1932, p. 1.

舞台人の間でよくきかれた会話は、「今日は誰が～劇場に出ているのか」というものだったが、今では「今日は誰が放送されるのか」というものになってきている。

(中略) ラジオが若い頃は、ラジオの出演者は舞台を次のステップとみていたが、今はその逆で、ヴォードヴィル、ミュージカル・コメディの人材、はたまたドラマの俳優までが、ラジオに目を向けている。⁷⁰

舞台俳優の中には、初期のミュージカル・ブームの際に短編やレビューを通してまず映画出演を果たし、その後映画ではなくラジオを中心としたキャリアを築く人も多かった。例えば、ジャック・ベニーやバーンズ／アレンといったヴォードヴィル出身のコメディアンは、この代表的な例である。特に、ラジオによって生み出される全国規模のスターの存在は大きく、『ヴァリエティ』によると、「1931 年は 11 人の新しい全国的なスターがラジオ部門から生まれ、この数十年の放送の歴史の中で最も多産なスター・メーカーとなった」⁷¹。このようなラジオによって生み出される全国規模のスターは、II 部でみるラジオを扱ったミュージカル映画にしばしば出演することになる。

1920 年代に懸念された劇場空間を必要としない娯楽としてのラジオの特徴は、経済的な制約のある大恐慌期に最も生かされることになった。映画館の観客動員数が減った要因の一つとして、観客が劇場に来ないで家でラジオを聞いているというものが当然あり、「これほど広く多様な家族構成へのアピールがあり、かつ低価格で便利な娯楽は他にない」⁷²と呼ばれるラジオが、映画や舞台といった従来の娯楽産業にとって脅威になったのは当然だろう。「家にいてスイッチをひねるだけでラジオを聴いている観客は、劇場に来て目に見える形で反応や売上げが分かる映画や舞台の観客に比べて、判断するのが難しい」⁷³という当時の見解からは、ラジオがいかに新しい形態の娯楽であったのかが窺える。

このように、ラジオは受容のレベルで劇場の形態を持たないことを特徴とする一方で、その放送現場においては、劇場での観客を交えたパフォーマンスという性格も帯びるようになる。1930 年代初頭には、ヴォードヴィルなどの舞台俳優がラジオに流入した影響で、ラジオの録音・放送を個室で行うのではなく、ライブ・オーディエンスを交えて、彼らの拍手や笑い声を聞かせる形式が一般的になっていく。また同時期には、ラジオの

⁷⁰ “Actors Talking Mostly About Radio,” *Variety*, January 19, 1932, p. 42.

⁷¹ “Best New Radio Names,” *Variety*, January 26, 1932, p. 1.

⁷² “Human Nature Makes Air Audience Hardest Hard Boiled at All Times,” *Variety*, December 15, 1931, p. 51.

⁷³ *Ibid.*

オーディションが頻繁にあったため、新人の俳優に対する観客の反応を即座に判断する理由から、無料で観客を呼び込むフリー・ショーも流行した⁷⁴。そのため、観客はお金を払って劇場や映画館に入るよりも、ラジオ局で行われる無料のラジオ・ショーを見に行く傾向が強くなり、1932年には、フリー・ショーによる劇場動員数の減少が報告されている⁷⁵。劇場空間で観客を前に行うラジオ番組の形式は、後に映画スターが登場する『ラックス・ラジオ・シアター』(*Lux Radio Theatre*)といったハリウッド発のラジオ番組にも踏襲されることになった。

このように、ラジオに対して娯楽産業の流れが集中するに伴い、1933年に入る頃には、産業間におけるラジオのステータスも1920年代と比べて大きく向上している。例えば『ヴァリエティ』のトップ・ページのタイトル上には、その時々で娯楽業界の中心を占めるメディアの名称が、「舞台」(Stage)、「映画」(Screen)といった項目で記載されている。この時代ごとの見出しの変化は、業界におけるメディアのヒエラルキーがどのように変わっていったのかをみる一つの指標でもあるが、ラジオの急成長を経た1933年になると、それまで舞台と映画の名称しかなかったところに、「ラジオ・スクリーン・ステージ」(Radio-Screen-Stage)として、映画と舞台に対してラジオが対等に並んでいることが分かる⁷⁶。また、1930年代初頭には、ラジオ専門の出版物が多く出始めるようになり、例えば『ラジオ・ガイド』(*Radio Guide*)、『ラジオ・スター』(*Radio Stars*)、『ラジオ・ミラー』(*Radio Mirror*)といったファン雑誌が、いずれも1930年代初頭に創刊されている。

このラジオの文化的な地位の向上を象徴的に示す出来事として、1932年12月のラジオ・シティーの開設が挙げられるだろう。ラジオ・シティーは、RCAの代表であるデイヴィッド・サーノフと、ロキシ―劇場の興行主であるサミュエル・“ロキシ―”・ラサフェルが提携し、RKOスタジオの映画を公開する劇場として、ニューヨークのロックフェラー・センターに設立された。ラジオ・シティーには、現在も知られる舞台上演用のミュージック・ホールと、映画上映を行うRKOロキシ―・シアター、さらにラジオ放送を行うNBCスタジオが設置され、娯楽メディアの一大コンプレックスとして大々的に宣伝されている⁷⁷。ラジオ・シティーのオープニングに際し、劇場の責任者であるロキシ―は、従来の大掛かりな舞台上演のプロローグを伴う映画の上映プログラムを実行するが、それは大幅な時間オーバーや様々な不運が重なり、大失敗に終わる。ロス・メル

⁷⁴ “Stage Best Air Barometer,” *Variety*, April 12, 1932, p. 1.

⁷⁵ “How Radio Hits Theatres,” *Variety*, January 17, 1933, p. 37.

⁷⁶ 「ラジオ・スクリーン・ステージ」の見出しは、1933年から1940年まで続いた。

⁷⁷ “Radio City Number,” *Variety*, December 20, 1932, p. 1.

ニックは、これを映画興行者としてのロキシーのキャリアの終焉と捉えているが⁷⁸、これはまた、ライブ・パフォーマンスと映画上映の混合体としての興行が過去のものになった象徴として捉えることもできる。

2.4. 映画館によるラジオ放送

映画館の興行において、舞台上演がいつまで行われていたかという線引きをするのは極めて困難だが、一つの区切りとして 1933～34 年を挙げられるのは確かだろう。1934 年になると、それまで大恐慌の影響で激減していた映画の観客動員数も、再び上がり始める⁷⁹。1931 年を中心に起こった映画館における舞台上演のリバイバルの動きは、いずれも単発的に終わり、映画上映に伴って何らかの舞台上演が行われるとしても、1920 年代のように、舞台上演やオルガン演奏が映画館のプログラムの主要な位置を占めることはなくなった。『モーション・ピクチャー・ヘラルド』においては、オルガニストの演奏やヴォードヴィルの演目を紹介する「映画館のステージ・アトラクション」のコラムが 1933 年以降にはなくなり、『ヴァラエティ』の「映画館レビュー」(Picture House Review) は、1933 年の半ばから「ヴァラエティ館レビュー」(Variety House Review) と名前が変更される⁸⁰。つまり、この頃から、映画館では舞台上演が行われないことが当然となり、逆に、従来通り舞台上演と映画上映の両方を行う劇場は、もはや“映画館”とは呼ばれなくなったという状況が分かるだろう。

一方、映画とラジオとの関係については、ラジオのメディアとしての地位の向上に伴い、映画スタジオ側がラジオの人気を逆に映画に取り入れる方向に出る。それは、映画におけるラジオ・スターの起用や、映画スターのラジオ出演といった形で顕著に現れるが、これは映画の興行者がラジオを利用する大きな契機となった。ここでは最後に、映画館が映画の興行・宣伝においてラジオをどのように利用したのか、その具体例をみていくことにしたい。

まず、映画館によるラジオ放送の歴史を簡単に確認するならば、それはサウンド映画が普及して以降に始まったものではない。無声映画期から、映画館によってはラジオを

⁷⁸ Melnick, “Rethinking Rothafel: Roxy’s Forgotten Legacy,” *The Moving Image*, 3:2 (2003), p. 87.

⁷⁹ 年間の観客動員数は、1932 年と 1933 年の 6000 万人から、1934 年には 7000 万、1935 年には 8000 万、1936 年には 8800 万へと増えていく。”Film Facts,” *The Film Daily Yearbook*, 1937, p. 37.

⁸⁰ “Picture House Review,” *Variety*, June 13, 1933, p. 14; “Variety House Review,” *Variety*, June 20, 1933, p. 12.

映画の宣伝に使っており、その最も有名な例が、前にも挙げたサミュエル・“ロキシー”・ラサフェルによるラジオ放送である⁸¹。1925年には、全国的にラジオを通して宣伝を行う映画館が増えたことが報告され、ラジオの宣伝を通して観客が映画館のプログラムに興味を持ち、映画館へ行く気を促されることが述べられている⁸²。このようなラジオ放送は、あくまでも観客に映画館に来てもらうことが目的であるため、映画館で上演が行われる夜の時間帯は、放送が禁止されることが多かった。宣伝内容は、映画館のオルガニストによる演奏といった、各映画館で行われる上演プログラムの内容であり⁸³、その放送を聞く対象も映画館に直接行くことのできる観客となるため、極めてローカルな性格の強いものだったといえるだろう。

サウンド映画が普及し、映画館がラジオを通して宣伝する内容は、映画作品そのものになったが、この地元の観客に向けたローカルなラジオ放送という性格は変わっていない。ここで検証するのは、プレス・ブックと呼ばれる映画興行用のマニュアルである。これは、映画スタジオが公開する個々の映画作品ごとに、どのような宣伝を行って映画を上映するかアイディアを興行者向けに提示している冊子であり、当時の映画館でどのような興行が行われていたのか、映画の内容ごとの工夫を垣間見ることができる。プレス・ブックの内容は、映画館の規模ごとに分類されており、映画の基本的な情報から、劇場のロビーに飾るポスターの購入方法まで掲載されている。

また、プレス・ブックの他には、『モーション・ピクチャー・ニュース』、『フィルム・デイリー・イヤー・ブック』(*The Film Daily Yearbook*) といった、特に映画興行者向けに発行されている業界紙において、映画のジャンル、公開される季節ごとに分類された興行マニュアルを見ることができる。例えば、1931年の『フィルム・デイリー・イヤー・ブック』は、この興行マニュアルの冒頭で次のように述べている。

ここの記載されているのは、実際に全国の映画館で行われて実証済み・選り抜きのアイディア集である。また、今日業界が直面している困難な経済状況にも対応した、新しい案も提案している。編集者の意図としては、全国のどの映画館でも適応できるものを掲載している。⁸⁴

⁸¹ Melnick, “Station R-O-X-Y: Roxy and the Radio,” *Film History*, 17 (2005), pp. 217-233.

⁸² “Radio Exploitation Looms Up,” *Motion Picture News*, March 14, 1925, p. 1087.

⁸³ “How We Used Radio to Stimulate Interest in Our Musical Program With Pictures,” *Motion Picture News*, June 2, 1928, pp. 1867, 1873.

⁸⁴ “A Manual of Exploitation,” *The Film Daily Yearbook*, 1931, p. 679.

このような前置きのもと、マニュアルには「新聞」、「ロビー」、「劇場玄関」、「前宣伝」、「タイ・アップ」、「ウインドー展示」、「紙媒体」といった、宣伝する場所、メディアごとの分類がみられ、さらに場合によっては、「戦争」、「ファッション」、「愛」といった映画の内容のテーマごとのアイデアも掲載されている。

ここでは特に、パラマウント社の『1936年の大放送』（*The Big Broadcast of 1936, 1935*）のプレス・ブックを具体例として見ていくことにしよう。『1936年の大放送』はラジオ・スターが登場する映画であり、その興行においてもラジオとのタイアップを最大限に生かすことが必須になっている。映画の内容については4章で詳しく分析するが、ここではその前提として、映画がどのような宣伝を通して観客に届いていたのかを確認しておこう。パラマウントの『1936年の大放送』のプレス・ブックでは、具体的な興行のアイデア集に入る前に、映画館の規模に応じた基本的な方針を書いている。

1. 一等館 (Deluxe and "A" Houses)

特別予告編を少なくとも3週間前から、通常の予告編を2週間前から、ロビーと看板の設定、ラジオ・スター、アナウンサー、新聞記者を集めた特別オープニング行事、劇場内に宣伝の設置、2週間前からパラマウントの特別宣伝、日曜日特別宣伝、新聞コンテスト、ラジオ・コンテスト、デパートにおける宣伝、地元のラジオ欄における宣伝の設置、など。

2. 二等館 (Subsequent-run Houses)

通常の予告編を少なくとも2週間前から、プレス・ブック記載のロビーの飾りつけ、新聞における宣伝欄での宣伝、新聞コンテスト、ラジオとのタイアップ、その他一等館で行われていない販売業者とのタイアップ、など。

3. 三等館 (Neighborhood Houses)

プレス・ブック記載のロビーの展示、予告編を1〜2週間前から、ウインドー・カードをロビー、またはその他近所の展示欄に設置、パラマウント提携業者とのタイアップ、可能であれば新聞での広告、など。⁸⁵

⁸⁵ “Paramount’s Press Book for The Big Broadcast of 1936,” Paramount Pictures Press Sheets, Margaret Herrick Library, Academy of Motion Picture Arts and Sciences, Los Angeles, California [hereafter MHL].

プレス・ブックの内容としては、映画のあらすじ、出演者、見どころとなるハイライトなどが基本情報としてまず記載されている。これは、通常映画が公開された際に業界紙の批評欄に掲載される情報であるが、プレス・ブックによっては、予想されるレビューを事前に記載しているものもある。基本情報の後続くのは、スター、物語、劇場、ロビー、タイアップといったテーマごとの分類による、宣伝の具体的なアイディア集である。

映画のプレス・ブックを見てまず目立つのは、映画のテーマにちなんだ何らかのコンテストである。『1936 年の大放送』の場合は、ラジオをテーマにした映画であることから、コンテストも当然ラジオがらみのものになる。プレス・ブックでは、地元の新聞、ラジオとタイアップするコンテストのスク립トを、日替わりで一週間分掲載している。以下は、宣伝六日目にあたるコンテストのためのスク립トの抜粋である。

これぞ、オリジナルの「アイ・ガット・リズム」(I Got Rhythm) 嬢である。彼女が数年前にこの歌をブロードウェイのミュージカル・コメディで歌うまで、彼女はほとんど無名だった。今や彼女はラジオ、映画、舞台のミュージカル・コメディでトップの座にいる。彼女は近年最も成功したミュージカル・コメディ『エニシング・ゴーズ』(Anything Goes) で観客を沸かせたのでも有名だ。

もしあなたがラジオ通なら、彼女のことも知っているはずだ。そしてもし彼女のことを知っているなら、現在()劇場で行われている『1936 年の大放送』のコンテストに参加してみよう。このコンテストは明日最終回のラジオ・アーティストの人物が紹介され、終了となる。

7 人すべての人物を当てた人には一等 (5 ドル)、二等 (3 ドル)、三等 (2 ドル)、そして、『1936 年の大放送』が()劇場で公開された際の招待券 (20 本) が進呈される。⁸⁶

ここで言及されているスターとは、ブロードウェイの 1932 年のガーシュイン兄弟によるミュージカル・コメディ『ガール・クレイジー』(Girl Crazy) でブレイクしたエセル・マーマンであり、舞台、映画、ラジオに親しみのある観客向けの宣伝であることが分かる。

また、全国的に知られたスターを取り上げるのではなく、あえて地元のラジオ局の人材や観客のアマチュア・コンテストを促すものもある。『1936 年の大放送』を対象にし

⁸⁶ Ibid.

たコンテストには、劇場で行うショーも含めた以下のようなものがある。

あなたの街で一番人気のあるラジオ・アーティストは誰？あなたの地元ならではの「大放送」を行って、観客が一番喜ぶスターは？

ここでは、ラジオと新聞を使って興味をかきたてるアイディアを提案しよう。地元のラジオ・スターに賞を出し、『1936 年の大放送』を上映中の映画館でのショーに契約するのも一案である。このアイディアは準備するのが容易であり、観客動員に関して良い影響を与えるに違いない。

もし地元の新聞がラジオ欄を設けているのなら、そのページにコンテストに関する紹介を載せればよい。日刊に出せば、人々からお気に入りのラジオ・スターを投票してもらうこともできるだろう。もし新聞との提携が難しければ、ラジオ局とタイアップすればよい。もちろんその場合は、そのラジオ局契約のスターに限定してコンテストを行えばよい。コンテストの内容を頻繁に流し、観客にはラジオ局か劇場に直接電話してもらうか、手紙をラジオ局宛てに送ってもらえばよい。

いずれの場合も、劇場ではコンテストに関する予告編を上映するか、ロビーにコンテストの内容を説明するポスターを貼るべきである。⁸⁷

この他には、例えば映画館のロビーにマイクとスピーカーを設置して、観客がマイクに向かって歌う体験を提供するもの、同じくロビーに巨大なラジオのキャビネットを設置し、映画館で上映予定の映画の予告編を流すというもの、ラジオにおける効果音の作り方をロビーで実践して見せるというものなど、タイアップをめぐる様々な試行が記載されている。このようなマニュアルから分かるのは、サウンド映画が一般的になった1930年代以降も、無声映画期のようなヴァリエティはないとはいえ、映画館が「劇場体験」としての興行の場として機能していたことであり、映画館によるラジオの利用が、ハリウッドの映画スタジオで製作される映画作品と、地方の映画館というドメスティックな空間とを結ぶ架け橋としての役割を果たしていることである。

⁸⁷ Ibid.

2 章では、サウンド映画の普及に伴う映画興行の変化について考察した。1920 年代の後半から、ラジオの普及を受けて映画製作の側もラジオ産業との提携に乗り出すが、これは映画スタジオによるサウンド映画の着手と同時進行で行われている。当初のサウンド映画は、映画館の興行におけるライブ・パフォーマンスを置き換える目的から導入されたが、映画の興行におけるライブとレコーディングの混在は、1930 年代に入っても引き続きみられた。一方、大恐慌の影響を受けてラジオは文化的にも映画や舞台と並ぶ一大メディアとして確立し、映画側はラジオとの提携をより深めることになる。1930 年代の映画スタジオによるプレス・ブックは、そうした映画館の興行におけるラジオの利用を如実に示してくれるものである。

3. 映画とラジオの原点としての舞台上演

サウンド映画とラジオの普及は、アメリカにおける映画の興行、受容のあり方を変えただけでなく、舞台やラジオを含む娯楽形態を大きく変える変革の一つだった。まずラジオの出現は、劇場形態を必要としない娯楽として革新的であり、今日のテレビやインターネットと同様、個々人が各家庭で恣意的に操作できる形式の娯楽をもたらした。一方、ラジオによってもたらされた公共の場へのサウンドの普及は、映画館におけるサウンド・システムの導入へとつながるものであった。映画産業によるサウンド映画の開発とは、それまでの無声映画に音声加わるといふ映画内部の変化というよりは、むしろ映画興行のあり方を変化させる（オーケストラの伴奏音楽を機械で置き換える）ことを目的に始まった。1920年代末に始まったいわゆるサウンド移行期と呼ばれる映画業界の大きな変革は、ラジオをはじめとする電気サウンドの普及という同時代の技術革新を最も顕著に示す出来事だったといえる。2章でもみたように、1930年代初頭の大恐慌期は、この技術革新に加え、サウンド映画とラジオを普及させる上で重要な経済的要因が加わり、特にラジオに関しては、文化的にもメディアとしての地位が確立した時期であることが分かる。映画のサイレントからトーキーへの移行も、1933年頃には映画の製作（無声映画の製作廃止）、興行（映画館における伴奏音楽の廃止）の双方で完了し、サウンド映画とラジオという新しい電気サウンドのメディアが規範として定着するようになる。

このエンターテインメント業界をめぐった状況の変化について、『ニューヨーク・タイムズ』の記事は1935年に次のように語っている。

未来の歴史家たちは、1935年を娯楽業界における社会革命として位置付けることができるようになるだろう。彼らは、演劇が変わり、映画が変わり、ラジオが変わりつつあったことを見ることができるはずだ。演劇、映画、ラジオは、互いが互いの人材と理論を借りながら、それぞれ自分たちの個別のメディアにおいて、同じことをしようとしている。そして、どんな夢想的な革命も現前する経済に基づいて起こるのであるから、これを数字から証明するのは簡単なことだ。⁸⁸

⁸⁸ “A White Way Revolution,” *New York Times*, June 16, 1935, p. SM10.

この引用からも分かるように、映画とラジオの影響によって、いわば古いメディアである演劇もまた変わりつつあったことが分かる。1、2章では、映画とラジオの関係に重点を置き、両者の関係の中で浮上してくる演劇、あるいは劇場空間について随時触れてきた。I部の最後にあたる3章では、むしろこの演劇を中心におき、その要素がどのように映画とラジオという新しいメディアに引き継がれたかという方向から考察したい。この『ニューヨーク・タイムズ』の記事が、「映画とラジオの得になる限り、映画とラジオは演劇を救うことになるだろう」⁸⁹と書いているように、娯楽としてのサウンド映画とラジオにとって、舞台の演劇はそのフォーマット、人材共にいわば基礎を提供しているからである。

ただし、ここで扱う演劇とは、いわゆる正劇 (legitimate theatre) と呼ばれる戯曲を中心に行われるものではない。アメリカの映画とラジオの関係で重要となるのは、ヴォードヴィルに代表されるヴァラエティ形式によって構成される大衆芸能である。本論文では、1920年代後半から1930年代初頭において、サウンド映画とラジオが娯楽メディアとしていかに台頭したかということを扱っているが、それは同時に、従来の大衆演劇であるヴォードヴィルが、こうしたメディアの普及によって衰退した過程とも重なっている。ヴォードヴィルは、個別の演目の寄せ集めから成るヴァラエティのジャンルに属する大衆演劇であり、この形式は舞台のミュージカル・レビューからラジオのヴァラエティ番組などに幅広くみられる。映画の場合は、特にハリウッドの古典的形式の場合、一つの映画の中で確固たるプロットに沿って物語が完結するが、映画興行全体を考えると、オルガン演奏、短編映画、舞台上演、長編映画といった出し物の組み合わせから成るという点で、プログラム全体はこのヴァラエティの形式に含むと考えることも可能である。1章では、無声映画期の映画館で映画上映以外のライブ・パフォーマンスが行われていたことを指摘したが、こうした映画館における舞台上演もまたヴォードヴィルの一形態であり、初期のサウンド映画の受容形態や同時期のラジオ番組の流行を理解するために、ヴォードヴィルに代表されるアメリカの大衆演劇の変遷を考察することも必要である。

そこで3章では、このような舞台のヴァラエティのジャンルの最も洗練された形態として、ジークフェルド・フォリーズの事例を取り上げる。ジークフェルド・フォリーズを取り上げる理由としては、まずそれが1920年代にはブロードウェイの舞台の一つの典型としての地位を確立しており、後の映画、特にミュージカルのジャンルにおける影響が多大であるということがいえる。特に、フォリーズのコーラス・ガールによるダン

⁸⁹ Ibid.

スや豪華なステージが提供するスペクタクルは、映画のミュージカル・ナンバーの模範として再現された。今日知られるジークフェルドのイメージは、ハリウッドによる『巨星ジークフェルド』(*The Great Ziegfeld*, 1936)、『ジークフェルド・フォリーズ』(*Ziegfeld Follies*, 1946) といった後の映画によって助長されたともいえる。また、舞台上演のスペクタクルとして知られるジークフェルド・フォリーズであるが、1930年代になるとフォリーズのラジオ番組が始まることから分かるように、その舞台上演においては音楽や歌といった音声面も重要な構成要素になっている。特に、コーラス・ガールによるスペクタクルの合間に挿入されるコメディ・スキットは、後のラジオにおけるヴァラエティ番組の定型となっており、ウィル・ロジャース、エディ・カンターといったラジオの人材を提供する宝庫となっている。3章では、II部でみるミュージカル映画、III部でみるラジオ番組のいわば前提として、ジークフェルド・フォリーズとこれらのメディアの間にどのようなやり取りがあったのかを辿ってみることにしよう。

3.1. 映画との関係

『ジークフェルド・フォリーズ』(*Ziegfeld Follies*) は、舞台のプロデューサーのフローレンツ・ジークフェルド・ジュニアが率いる舞台上演のプロダクションで、1907年から1931年まで、ほぼ年に一度の割合で全20回行われていた。フランスのフォリー・ベルジュールに触発されて始まったジークフェルド・フォリーズは、「アメリカ娘に栄光あれ」(*Glorifying the American Girl*) というモットーの下に、美しいショー・ガールの身体を舞台上にディスプレイする、いわばヴォードヴィルの豪華版として公演された。公演のプログラムは、オーケストラの演奏を背景に行われるコーラス・ガールのダンスの他に、歌手の独唱、コメディアンによるスキットなどから成り、それらは季節・時事的問題といったテーマにそって統一されている。全体のプロットを持たないフォリーズの公演は、一般的にレビュー(revue)と呼ばれるが、1920年代にはこういった舞台の豪華さとスペクタクル性を競うミュージカル・レビューが最盛期を迎え、ジークフェルド・フォリーズの他に、ジョージ・ホワイトの『スキャンダル』(*Scandals*)、アール・キャロルの『ヴァニティ』(*Vanities*) などがそれぞれシリーズ化されて続いた。プロデューサーとしてのジークフェルドは、こういったレビューの他にミュージカル・コメディの製作も行っており、例えば、ミュージカルの歴史においてプロットの持つ意味を大きく高めたとされる1927年の『ショー・ボート』(*Show Boat*) は、ジークフェルドの

プロダクションとして公演された。

無声映画の歴史において、フローレンツ・ジークフェルドが取り上げられることは少ない。しかし、無声映画との興味深い接点がいくつか挙げられるのも確かであり、例えば、ジークフェルド自身は、後にエジソン社のキネトスコープによって撮影されるボディビルダーのユージン・サンドウを、1893年のシカゴの万博博覧会で有名にさせたことからキャリアを開始している。彼の率いるフォリーズは、女性の身体を提示するスペクタクルとして有名であるが、このスペクタクルとしての機能は、見せることを主眼とする無声映画との大きな共通項でもある。しかし実際には、ジークフェルドが本格的に映画に進出するのはサウンド映画の登場以降となり、それは1932年に彼が亡くなるまでのごく短い期間となった。ジークフェルド・フォリーズがなぜもっと早くから映画化されなかったのかという、無声映画と舞台のレビューの共存関係については別の研究が必要になるだろうが、ここでは、1920年代末にジークフェルドが着手した映画『アメリカ娘に栄光あれ』(*Glorifying the American Girl*, 1929)に向けて、映画とフォリーズの間にどのような関わりがあったのかをみてみよう。

3.1.1. 無声映画期のジークフェルド

トーキーの到来により、ハリウッドによるブロードウェイ買収の流れの中で始まったとされるフォリーズの映画化だが、ハリウッドとジークフェルドの交流は無声映画の時代から始まっている。ジークフェルド個人の書簡によると、1925年にパラマウント社のジェシ・ラスキーとの間で向こう五年間の契約をジークフェルドが交わしていることが分かる⁹⁰。両者の交流は、ジークフェルドのプロダクションの一つである『キッド・ブーツ』(*Kid Boots*)の映画化から始まっており、1926年に公開された映画化作品『猿飛カンター』(*Kid Boots*, 1926)は、舞台でも主演を演じたエディ・カンターに加え、当時パラマウントが売り出していたスターの一人であるクララ・ボウが主演した無声映画になっている。

この契約書は、この『猿飛カンター』の成功の後に新たに交わされたものと考えられるが、契約の大筋としては、1925年から五年に渡って、パラマウント社とジークフェルドが共同で映画を年に一本ずつ製作するというものである。その間、ジークフェルドは映画の原作となる題材の提供、提案、監督・キャストの人選を含めた製作全般における

⁹⁰ “Agreement between Famous Players-Lasky Corporation and Florenz Ziegfeld,” June 15, 1925, Flo Ziegfeld-Billie Burke Collection, New York Public Library for the Performing Arts at Lincoln Center, New York [hereafter NYPL].

アドバイザーを務めることが記され、映画の製作はニューヨークで行うこと、またジークフェルドの映画との関わりは、彼の舞台の仕事を邪魔しない範囲で行うことが注記されている。この契約で最初に用意されていたのが、『アメリカ娘に栄光あれ』であり、実際には 1929 年に公開されるこの作品が、1925 年の段階では無声映画として企画されていたことが分かる。

この契約の後、ジークフェルドとラスキーの間で個人的な書簡が取り交わされているが、両者の書簡からは、映画製作と舞台製作の認識の違いを垣間見ることができる。ここでは、ジークフェルドが『アメリカ娘に栄光あれ』の次の映画化作品として、自身のプロダクションである『ルイ 14 世』(*Louie the 14th*) を提案し、希望として映画にはカラー・フィルムを使用することをラスキーに伝えている⁹¹。これに対してラスキーは、『ルイ 14 世』のキャスティングについては、舞台上で主演を演じたレオン・エロルではなく、映画スターで全国的な知名度のあるウォラス・ベリーを起用すること、かつ、ベリーのスケジュールの都合により、『アメリカ娘に栄光あれ』よりも先に『ルイ 14 世』の製作に入る必要があることを説明している。

さらにラスキーは、現在脚本が準備されている『アメリカ娘に栄光あれ』に関して、その製作方針を次のように述べている。

脚本は様々な技術的な困難を含んでおり、我々は皆この映画をハリウッドで製作せざるを得ないという結論に至りました。(中略) もしニューヨークで製作しようとすると、我々は大きなステージやホールを建てなければならず、ロング・アイランドの限られたスペースではこれはほぼ不可能です。ハリウッドでもそちらと同じぐらい魅力的なガールたちを集めることはできますし、ニューヨークの屋外のショットが必要ならば、もちろんハリウッドでも同じものを作ります。(中略) 我々は既に多大な予算をこのプロダクションにかけており、製作費が限られている点からも、ハリウッドで製作するのが好ましいと考えます。その方が、ロング・アイランドで製作するよりもずっと短い期間で、かつ低予算で製作できるからです。⁹²

この『アメリカ娘に栄光あれ』については、企画の段階で主演に元ジークフェルド・フォリーズのコーラス・ガールだったルイズ・ブルックスの起用や、監督としてエリ

⁹¹ Florenz Ziegfeld, letter to Jesse Lasky, October 23, 1925, Ibid.

⁹² Jesse Lasky, letter to Florenz Ziegfeld, November 2, 1925, Ibid.

ッヒ・フォン・シュトロハイムの名前も挙がっていたが⁹³、結局製作が開始されるのは、サウンド映画が普及し始める 1929 年となった。初期のサウンド映画は、ヴァイタフォンをはじめとして、ブロードウェイの人材が豊富なニューヨークのスタジオで製作されるものも多かったが、『アメリカ娘に栄光あれ』の場合も、マルクス兄弟主演の『ココナッツ』(*The Cocoanuts*, 1929)、ヘレン・モーガン主演の『喝采』(*Applause*, 1929) といった映画と共に、西海岸のハリウッドではなく、ニューヨーク郊外にあるパラマウントのアストリア・スタジオで製作されることになった⁹⁴。

3.1.2. 初期のミュージカル映画

『アメリカ娘に栄光あれ』は、ミラード・ウェッブの監督で、ジークフェルドのプロダクション出身であるメアリー・イートンを主演に製作された。映画の物語としては、メアリー・イートン演じる主人公が、地方まわりのヴォードヴィルからブロードウェイのジークフェルド・フォリーズの花形スターになるまでを描いた、バックステージものである。映画のフィナーレにあたるレビューの場面にはテクニカラーが用いられ、ジークフェルド・フォリーズによるダンス、タブローのナンバーの他に、ルディ・ヴァリー、ヘレン・モーガン、エディ・カンターといったブロードウェイのスターが、独唱やコメディ・スキットといったそれぞれの演目を披露している。ジークフェルド・フォリーズのいわば紹介ともいえるこの映画には、舞台公演の場面に先立ち、フローレンツ・ジークフェルド、ビリー・バーク、アドルフ・ズーカー本人が、ニューヨークの劇場に入ってくるニュース映画の映像までが加えられている。

『アメリカ娘に栄光あれ』は 1929 年 12 月に公開されたが、ブロードウェイの主題、テクニカラーを使用した舞台のレビューの再現、バックステージものという物語構造は、既にこの時点で使い古されたものになっており、同時代の業界紙による批評も芳しくない。例えば、1929 年 2 月に公開された『ブロードウェイ・メロディー』(*The Broadway Melody*, 1929) と『アメリカ娘に栄光あれ』の批評を比べれば、その違いが明らかである。

『ブロードウェイ・メロディー』

この映画は、初めてドラマとミュージカル・レビューを組み合わせている点で、他

⁹³ “Movie Notes,” *New York Times*, August 15, 1926, p. X4.

⁹⁴ Koszarski, *Hollywood on the Hudson: Film and Television in New York from Griffith to Sarnoff* (New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2008), pp. 192-193.

のトーキー映画と一線を画す。(中略)テクニカラーのシーンでは歌を歌っている人物が見えないが、カラーによる舞台の閃光が素晴らしいために、誰も声がどこから来ているのか気にならない。⁹⁵

『アメリカ娘に栄光あれ』

この映画は、ジークフェルドのレビューがいつものバックステージのストーリーに組み込まれている。後者は弱く、前者は期待はずれである。レビュー・シーンで使われているカラーも役に立っていない、というよりもむしろ損害である。⁹⁶

逆にここから分かるのは、MGM の『ブロードウェイ・メロディー』に始まり、ジークフェルド・フォリーズに触発されたブロードウェイ主題のサウンド映画が、いかに多く製作されたかということである。

『アメリカ娘に栄光あれ』の場合は、カラー・フィルムが舞台上演であるレビューの場面にのみ用いられたが、ジークフェルドの舞台公演をそのまま映画化したパラマウント社の『サリー』(*Sally*, 1929)、RKO の『リオ・リタ』(*Rio Rita*, 1929)、ゴールドウィン社の『フーピー』(*Whoopie!*, 1930) では、いずれも全編にカラーが使われている。カラー・フィルムの使用は、スペクタクルとしてのジークフェルドの舞台をより忠実に再現して観客に見せようとする意図からなるが、この見せることをめぐってもう一つ問題となってくるのが、検閲の存在である。ジークフェルド・フォリーズがストリップ・ショーやバレスクとは区別され、洗練されたクリーンな見世物として認識されてたとはいえ、コーラス・ガールの身体美、つまりヌードが一つの欠かせない要素としてあった。当時の映画の自主規制機関は、『アメリカ娘に栄光あれ』の試写の報告として、次のように述べている。

ほとんどのシーンがジークフェルド・タイプのスペクタクルで、既に誰もが馴染みになったものである。特に修正を必要としないと思われるが、一箇所、コーラス・ガールの一人が明らかにヌードとみられるロング・ショットがあり、即座にミディアム・ショットに切り替わって彼女が衣装を着ていることが分かる箇所があるが、このうちのロング・ショットの方を削除するように提案する。⁹⁷

⁹⁵ “The Broadway Melody”, *Motion Picture News*, February 16, 1929, p. 500.

⁹⁶ “Glorifying the American Girl,” *Motion Picture News*, January 11, 1930, p. 81.

⁹⁷ “Report on Paramount’s picture ‘Glorifying the American Girl’,” October 16, 1929, Motion Picture Association of America, Production Code Administration Records, MHL.

この他に、映画本編ではなく、むしろ映画の広告における刺激的な描写のために、映画への批判があったことが報告されている。

スペクタクルは観客に見せるものであるが、何をどこまで見せるのか、そこに制約を加えるか否かという制度的な問題は避けて通れないものである。本論文で扱う 1920 年代後半から 1930 年代前半は、映画のサウンド移行期であると同時に、映画産業における自主規制の制度が大きく変化し、確立された時代でもある。本論文では検閲の問題を中心には扱わないが、見せる／見せないの制約が生まれることにより、そこを埋め合わせるものとしての音声の存在が強化されることを指摘しておくことはできるだろう。1920 年代にジークフェルドが象徴していたスペクタクルの系譜は、1930 年に入ると映画のミュージカルで振付を行ったバズビー・バークレーの名前に引き継がれ、映画における物語と見世物、ナラティブとナンバーのバランスの問題として、引き続き論じられることになる。

3.2. ラジオとの関係

3.2.1. フォリーズのコメディアンと音楽

ジークフェルド・フォリーズに代表されるレビューは、音楽・歌、ダンス、コメディ・スケッチの組み合わせから成る。特にコメディ・スケッチは、コーラス・ガールを中心とする集団のスペクタクル・ダンスの合間に行われ、そこに出演するコメディアンは、個々人に特有の様相や声色など、即座に認識できるキャラクターを売りとしていた。ジークフェルド・フォリーズの場合には、W. C. フィールズ、ウィル・ロジャース、エディ・カンターが、フォリーズの代表的なコメディアンとして出演していた。これらのコメディアンは、いずれもヴォードヴィル出身で、舞台の他に映画、ラジオの双方に出演していたという共通点がある。彼らが現在、主にサウンド映画の出演作において知られ、当時もそれぞれがレギュラーを務めるラジオ番組によって人気を博していたことから、彼らのコメディの主体が言葉にあったことが予測される。しかし、ジークフェルド・フォリーズにおいて、彼らの芸は決して言葉に特化したものではなく、むしろ身体的な技をパフォーマンスの主体にしていた。例えば、ウィル・ロジャースの場合は西部の縄投げ、W. C. フィールズの場合は玉投げなどの曲芸を専門に行い、舞台上で話すことは偶発的に後から付加されたものだった。エディ・カンターの場合は、歌手として舞台で歌

うことが多かったとはいえ、その際にはブラックフェイスや“バンジョー・アイ”と呼ばれた目回しの効果を使い、踊りながら歌うことを特徴としている。また、彼らがいずれも無声映画時代に映画デビューしているのも興味深い点であり、ウィル・ロジャースの場合はハル・ローチ、W. C. フィールドの場合は D. W. グリフィスの下で、それぞれの舞台のキャラクターを生かした作品に出演している⁹⁸。このような経緯にも関わらず、彼らが全国的なスターとなるのはサウンド映画以降のことであり、彼らの存在は、例えば同じくヴォードヴィル出身で早くに映画での活動で知られるようになるバスター・キートンや、イギリスのミュージック・ホール出身のチャップリンといった無声映画のコメディアンと同時に語られることは少ない。ジークフェルドのコメディアンについては、彼らのレビューにおける役割、出演した無声映画と他の無声映画コメディとの比較、彼らの無声映画とサウンド映画の比較検証といった新たな研究を行う必要があるだろう。

ジークフェルド・フォリーズで重要な音声面とは、コメディアンによる語りやジョークだけでなく、音楽、歌そのものも含んでいる。フォリーズのレビューで使われる歌には、アーヴィン・バーリン、ジョージ・ガーシュイン、ジェローム・カーンといった当時の代表的な作曲家が起用され、いわばポピュラー・ソングを披露する場にもなっていた。舞台のジークフェルド・フォリーズが終了した 1932 年には、フォリーズのラジオ番組として、『ジークフェルド・フォリーズ放送』(*Ziegfeld Follies of the Air*) が始まっている。一時間のプログラムとして始まったこの番組では、フローレンツ・ジークフェルド自身がアナウンスを行い、コメディアンによるコメディ・スキットに加え、これまでのフォリーズで使われた歌を古いものから紹介していく音楽番組になっている。『ニューヨーク・タイムズ』のラジオ紹介欄では、毎回のラジオ放送に二週間前から構成やキャストをめぐって打ち合わせを行い、事前に 8 時間を超えるリハーサルを行っていることが指摘され、『ジークフェルド・フォリーズ放送』の娯楽番組としてのレベルの高さを称賛している。

フローレンツ・ジークフェルドは、毎週一団を率いて真のライブ・パフォーマンスをマイクに届けている。新しい番組は往々にして、初回は威勢が良くても、回を重ねるにつれて、批評家・観客が共に認める“ありきたりな”番組になるが、『ジークフェルド・フォリーズ放送』は別である。(中略) 今夜出演予定のデニス・キングは、

⁹⁸ 例えば、ウィル・ロジャースが出演したハル・ローチ・スタジオの短編映画『カーボーイ・シーク (日本未公開)』(*The Cowboy Sheik*, 1924)、W.C. フィールドが出演したグリフィス監督の『曲馬団のサリー』(*Sally of the Sawdust*, 1925) などがある。

ポール・ロビンソンと共に『ショー・ボート』の名曲を披露する予定だ。先週、彼らの素晴らしいバリトンの歌声をラジオで聴いたリスナーは、二人が『ショー・ボート』の名曲「オールド・マン・リバー」(Old Man River)を歌うのを楽しみにしているに違いない。(中略)『ジークフェルド・フォリーズ放送』がラジオ番組の向上に貢献したのは明らかだ。それはおそらく、ジークフェルドが集める人材と、彼のショーマンシップからくるものだろう。⁹⁹

『ジークフェルド・フォリーズ放送』は、批評家の間だけでなく、一般の観客にも人気を博し、『ヴァリエティ』によるラジオ番組の全国人気投票では、『アモスとアンディ』に続いて2位となっている¹⁰⁰。この番組は、同年のフローレンツ・ジークフェルドの死によって一時中断されるが、1936年にファニー・ブライスといったフォリーズの過去のスターによってリバイバルされ、ラジオ雑誌においても画期的な音楽番組として取り上げられた¹⁰¹。このラジオ番組によって、「ベイビー・スヌック」(Baby Snooks)というキャラクターを新たに確立させたファニー・ブライスは、自分がかつて出演していた舞台版のフォリーズに比べ、ラジオ版のフォリーズでは、全体としてレビューの形式よりもプロットの導入を重視するようになったことを指摘している¹⁰²。視覚的なアトラクションがない代わりに、プロットの展開によって観客の関心を持続させようとする変化は、同時期のミュージカル映画のジャンルの構造にもみられるものである。

3.2.2. エディ・カンターの事例

最後に、舞台のジークフェルド・フォリーズから映画、ラジオに横断的に出演した人材として、エディ・カンターの事例をみてみよう。サウンド映画に出演した舞台の人材として、通常まず知られるのはアル・ジョルソンだが、映画とラジオの双方に出演という点で興味深い人物は、エディ・カンターである。カンターは、メディア進出において興味深い経過をたどっており、例えば1925年には、ワーナー・ブラザーズのヴァイタフォンに先立って公開されたが定着しなかったサウンド・システムの一つであるリー・ド・フォレストのフォノフィルムに舞台のスターとして出演している。『ジャズ・シンガー』を契機にトーキーが出始める1927～28年は、カンターはジークフェルド・フォリ

⁹⁹ “Listening In,” *New York Times*, April 24, 1932, p. X10.

¹⁰⁰ “Radio’s 12 Best Programs,” *Variety*, May 17, 1932, p. 1.

¹⁰¹ “For Distinguished Service to Radio: The Ziegfeld Follies,” *Radio Stars*, June 1936, p. 19.

¹⁰² “Fannie of the Follies,” *Radio Stars*, June 1936, p. 77.

ーズの看板スターとして最も油が乗っていた時期であり、その時期の代表的な舞台作品として、1928年の『フーピー』（*Whoopie!*）がある。この作品は、1930年にフローレンツ・ジークフェルドとサミュエル・ゴールドウィンのプロダクションの合作として映画化され、全編テクニカラーが使用されたこのミュージカル・コメディでは、バズビー・バークレーがダンスの振付を担当している。

ここで、カンターがブロードウェイという一地域のスターから、映画とラジオによって全国的なスターになったことによって、カンターのコメディアンとしての性格が変化したことを述べておく必要がある。ヘンリー・ジェンキンスは、初期のサウンド映画と舞台俳優の映画進出を論じる上で、エディ・カンターをはじめとしたニューヨークで人気を誇る俳優が、全国的な映画スターとしてどのように変化できるかについて注目している。ジェンキンスによれば、トーキー映画初期の段階で、舞台の人材をそのまま使い、ニューヨーク近郊で撮影された映画が多かったことは、特に都市部の映画館でそのような映画のニーズがあったためであり、ハリウッドで製作するより予算がかかるとしても、元がとれたため有効な戦略として機能していた。ところが、1930年に入る頃には、このような映画が都市部ではヒットしても、地方では赤字を出すという結果が目立つようになり、このギャップを埋めるための別の方策が必要とされた。そのため、舞台出身のスターも全国に通用するようにキャラクターの変貌を求められた。エディ・カンターの場合には、彼がニューヨークの洗練された観客を相手に、自分がユダヤ人であるというエスニシティのネタに基づいたジョークを頻繁に使っていたが、これ以降、より万人向けのオーソドックスな“アメリカ人”を演じるようになった¹⁰³。

このことは、同時期の全国ネットワークによるラジオ番組においても同様である。エディ・カンターは、1934年のジョーク・ブックにおいて、ラジオの観客のために自分がコメディアンとしてどのような点に注意を払っているかを語っている。

ラジオですべての人を喜ばすことができる人はいない。小さな町の人々の間であつたとしても、都会の人たちの間で“すべる”こともある。もしジョークが年配の人向けであれば、若い世代がそっぽを向いて散歩に出て行ってしまうし、若い人を念頭においてやれば、年配の人々は隣の部屋へ行ってブリッジを始めるだろう。

この一年の間にもらったファン・レターは、自分にとってのバロメーターであり、そこから得た結論としては、ラジオにおけるコメディは、真ん中の観客をターゲッ

¹⁰³ Henry Jenkins, “‘Shall We Make It for New York or for Distribution?’: Eddie Cantor, ‘Whoopie’, and Regional Resistance to the Talkies,” *Cinema Journal*, 29:3 (Spring 1990), pp. 32-52.

トに調整し直さないと、大部分の観客を失うということだ。ラジオの観客とは、大雑把に言えば大人と子供から成り、さらには都会と田舎という二つのグループに分けることができる。だから私の番組では、この両者を喜ばすようにすることを目標としている。¹⁰⁴

ここからも分かるように、ジェンキンスのいうカンターのイメージ・チェンジは、このラジオによってさらに助長されたということができる。エディ・カンターが興味深いのは、サウンド映画に出演するようになった舞台俳優の中でも、いち早くラジオのスターとしての地位も確立した点である。カンターのラジオ番組は、観客の笑いの導入や、コメディとコマーシャルのアナウンスの連携など、特にコメディ番組の先駆的な例として当時からしばしば注目されていた¹⁰⁵。また、同時期の映画においては、ミュージカル映画がジャンルとして人気をなくし、例えばアル・ジョルソンの場合などは、映画にしばらく出演しなくなるが、カンターの場合は『突貫勘太』(*Palmy Days*, 1931)、『カンターの闘牛士』(*The Kid from Spain*, 1932)などのミュージカル映画に主演している。実際、カンターは、1932年末に行われたラジオの人気投票では全国1位になっており¹⁰⁶、ラジオでの全国的な人気が、彼を主演にした映画の製作を促す要因になったと考えることができる。

1920年代後半から1930年代前半には、ヴォードヴィル、レビューに代表されるヴァリエティ形式の演劇がサウンド映画とラジオに吸収され、それらの演劇を上演していた劇場もまた大きく変容している。例えば、ジークフェルド・フォリーズの拠点となっていたニューヨークのニュー・アムステルダム劇場は、1903年にオープンし、1932年にはその一部がラジオ放送のスタジオとして使われ、1937年には映画館として利用されている。また、ヴォードヴィルの専門館として知られていたニューヨークのパレス劇場が、1932年に映画上映のみを行うようになったことは、ヴォードヴィル終焉の象徴として知られるところである¹⁰⁷。

¹⁰⁴ Eddie Cantor, *Song and Joke Book for 1934* (New York: M. Witmark & Sons, 1934), pp. 38-39.

¹⁰⁵ "Come Back Stage with Eddie Cantor," *Radio Stars*, March 1933, pp. 6-8, 48; "Eddie Cantor Answers Back," *Radio Stars*, April 1934, pp. 28-29; "Are Comedians Through on the Air?," *Radio Stars*, February 1936, pp. 44-45, 70-73; "Eddie Cantor Strikes Back," *Radio Stars*, February 1937, pp. 22-23, 60-61.

¹⁰⁶ "12 Best Liked Air Acts," *Variety*, December 27, 1932, p. 1.

¹⁰⁷ "Palace Theatre Passes to Pictures," *New York Times*, October 10, 1932, p. 13.

I 部の最後にあたる 3 章では、II 部で行うミュージカル映画の作品分析、また III 部で行うラジオ番組の分析のいわば下準備として、両者の原型ともなっている舞台上演について考察した。次の II 部においては、それが映画としてのミュージカルの作品の中でどのように引き継がれ変遷していくのかを、ラジオとの関わりからみていくことにしよう。

第Ⅱ部

映画作品に見られるラジオ —ミュージカル映画の場合—

I 部においては、劇場／映画館の状況から、いわば映画とラジオが受容されていた環境についてみてきたが、II 部においては、具体的な映画作品にラジオの影響がどのようにみられるのかを考察する。ラジオは、例えば演劇や文学と同じように、映画に題材や表現様式を提供するものとして見るのが可能である。しかし、これらの芸術とラジオの違いは、ラジオが映画と同様に大衆文化と密接に結びついたマス・メディアとしての機能を持ち、さらに、常に新しいメディア、芸術としての性格を付与されていた映画に対し、ラジオがさらに新しい技術・媒体として登場したことである。1920年代からラジオが普及するにつれ、映画がこの新しいメディアとどのように対峙するかが当然注目されることになるが、1924年の『ラジオ・ニュース』の記事では、アメリカの一大文化となっていた映画の画面にラジオが登場することの意義を語っている。

映画が科学者の成果を取り入れたということは、科学が国民に受け入れられたということだ。つまり、映画が何かのアイディア、機械、器具を取り入れれば、それらが同様に人々の日常生活の一部になるということである。ということは、映画の関係者が常にラジオを映画に取り入れる方法を考えていること自体、ラジオがアメリカの制度になったことを意味するだろう。次に映画を見るときには、注意して見るという。テーブルや書斎といったところに、窓のカーテンや台所の流しのように、映画のセットの一部としてラジオがあることが分かるだろう。(中略) 我々の国民性を、何よりも如実に反映する映画において、ラジオは、バスタブやチューインガム、

あるいは「駐車禁止」の看板のように、日常の一部になっていることを示している。

108

当時まだ映画が音声を伴わないサイレント映画であった以上、映画におけるラジオの提示は、上記の引用のように映画でラジオの受信機を映すことにとどまる。しかし、音声を伴うサウンド映画が登場するようになると、映画におけるラジオの影響は、より多角的にみられるようになった。そこでは、ラジオを画面に提示するだけでなく、物語上（diegetic）の音源としてラジオの音声を使うことや、背景音楽といった非物語上（non-diegetic）の音声の使い方にラジオでの音声の使い方を参照できる。また、俳優やアナウンサーといったラジオの人材を映画で起用する、あるいはラジオ・ドラマを映画化するという影響関係を考えることが可能になってくる。さらに、トーキー映画を可能とする映画のサウンド・システムの技術革新に、ラジオ放送のための技術が貢献していることはいうまでもない。このような可能性の広がりから、サウンド映画以降のものでは、例えば、映画における報道のテーマから、物語上における新聞やラジオ放送の役割、あるいは映画のヴォイス・オーバーといった音声の使い方に対する同時代のラジオ・ドラマからの影響といった点を考えることができるだろう。

本論文では、娯楽としての映画とラジオの関係に焦点を置くことによって、映画におけるパフォーマンスの提示のあり方をめぐったラジオからの影響を考えたい。そこで、II 部で扱う具体的な映画作品の分析は、ミュージカルというジャンルから論じることにする。ミュージカル映画は、サウンド・システムの導入という技術革新によって可能になった映画ジャンルであり、当然のことながら、映画における音声が重要な要素を形成する。サウンドという共通項によってラジオとの関連があるのに加え、歌手といった映画に出演する人材、さらにはヴァリエティやコンサートといった音楽を中心にしたショーのフォーマットを提供するものとして、同時代のラジオの影響は、舞台などと同様に無視できないものである。よって II 部では、ミュージカル映画が登場した直後の 1920～30 年代において、ラジオの存在がミュージカル映画のジャンルの変遷にどのような影響を与えたのかを考察する。考察にあたっては、ラジオとの関わりの点から、ラジオを直接扱っている映画、ラジオを間接的に扱っている映画、一見ラジオと関係ないが、前の二つと共通の特色を提示する映画、という三つの分類を設けて論じる。

4 章では、「ラジオを直接扱った映画」として、ミュージカル映画の中でもラジオを直

¹⁰⁸ “Radio Invades Movie Studios,” *Radio News*, September 1924, pp. 302-303.

接主題として取り上げている映画作品を考察する。通常ミュージカル映画のジャンル論では、オペレッタやヴォードヴィルといった舞台を主題にした映画が多く取り上げられるため、この章では当時ラジオを主題にした映画としてそもそもどのようなものがあったのかを紹介する意図もある。具体的には、1930年代を通してパラマウントが製作した大放送（Big Broadcast）シリーズ、ワーナー・ブラザーズがバズビー・バークレーによるミュージカル映画と並行して製作していた、一連のラジオ・バックステージ映画を取り上げる。特にこの章では、メディアを通したパフォーマンスの提示ということに関して、見せることに主眼を置く映画と、見せないことを特色とするラジオの対比が浮き彫りになるだろう。

5章では、「ラジオを間接的に扱った映画」として、ラジオ自体を直接テーマにしているが、ラジオが題材としてジャンルの構造に重要な役割を果たしているものを取り上げる。具体的には、ラジオ・スターのフィル・ハリスが出演している二作品を取り上げるが、これらの映画は、後に統合型のミュージカル映画の代表とされるアステア／ロジャースの作品を監督をしたマーク・サンドリッチの出世作でもあった。このことから、5章ではミュージカル映画のジャンル論でしばしば論じられる物語（ナラティブ）とパフォーマンス（ナンバー）との統合の点から、ラジオが果たす役割について論じることになる。

6章では、この二つの章の内容を踏まえ、一見ラジオとは全く関係のない映画が、同時代のラジオの影響、あるいはラジオを扱っている映画の特徴と照らし合わせてみたときにどのように見えてくるかを再検討する。具体的には、アステア／ロジャースのミュージカル映画の一つで、舞台劇の映画化作品である『コンチネンタル』（*The Gay Divorcee*, 1934）を取り上げ、1920年代末のトーキー初期の舞台を脚色した映画と、ラジオの影響が強まる1930年代半ば以降のミュージカル映画との違いを明らかにする。

4. ラジオを直接扱った映画

4.1. ラジオ・ミュージカル映画の概観

ラジオが映画の題材として頻繁に登場するようになるのは、ラジオがマス・メディアとしての地位を確立する 1930 年代に入ってからである。ラジオは、1920 年代半ばには全国ネットワークが形成され、映画スタジオ RKO の設立にも象徴されるように、映画のサウンド・システムをめぐる産業間の交流も始まる。しかし、1930 年代に入った大恐慌時代、ラジオは演劇や映画といった従来の娯楽メディアに対して、何よりも無料で聞けるという利点から大幅に受容を増やすことになる。ラジオ番組のヴァリエティが増し、後にラジオ・スターとして知られるようになる人材がラジオにレギュラーで出演するようになるのもこの時期であり、ラジオはいわば 1930 年代を象徴するメディアとして定着する。ラジオのスターが国民の間で絶大な人気を持つならば、映画がそれらの人気を取り入れようとするのも当然の流れであり、1932～33 年頃からラジオの人材が出演する映画、ラジオ放送をめぐる物語の映画が増え始める。

こういったラジオ関係の映画として最も有名なものは、パラマウント社の“大放送”シリーズだろう。特に、1938 年の『百万弗大放送』(*The Big Broadcast of 1938*, 1938) は、ボブ・ホープが初めて出演した長編映画だったこともあり、ホープが映画で歌った「思い出をありがとう」(*Thanks for the Memory*) は、その後ホープのテーマ・ソングとして定着した。1932 年にシリーズ最初の映画『ラジオは笑ふ』(*The Big Broadcast*, 1932) が公開されてから、1938 年までの間に大放送のシリーズで全四作製作されたが、これは、ブロードウェイの舞台裏を描いた MGM の“ブロードウェイ・メロディー”シリーズのラジオ版ともいえるものである。4 章では、このラジオのシリーズに共通してみられる特徴を整理し、それらがミュージカル映画のジャンルの歴史において、どのような位置を占めるのかを明らかにする。

4 章ではさらに、このパラマウントの大放送シリーズと対比させる形で、ワーナー・ブラザーズで製作されたラジオに関する一連のミュージカル映画を取り上げる。主に、ディック・パウエルを主演にしたこれらの映画は、1930 年代のバズビー・パークレーの振付によるミュージカル映画と並行して製作されたものが多い。そのため、ミュージカ

ル映画のジャンル論の中でも、バークレーの作品の影に隠れて取り上げられることが少なく、具体的にどのような映画があったのか知られていない。さらに、これらの映画が日本で未公開であることが多いことから分かるように、これらの映画は世界的な市場を前提に製作することを旨とするハリウッド映画の中でも、ラジオという極めてドメスティックな主題を持った作品群であるといえる。これらの映画が、音声の吹き替えを行うことが通例である諸外国で公開される場合、ラジオの声で知られる人物や、俳優の声をめぐる物語は意味をなさないものであり、逆にこれらの映画は、それが当時のアメリカにおいて受容されていたコンテクストを理解して初めて意味を成すものでもある。

4 章では、こういった背景も踏まえながら、特にこれらの映画においてパフォーマンスがどのように提示されているのか、そこには映画やラジオといったメディアの違いがどのように関わってくるのか、また、そのパフォーマンスの提示がミュージカルというジャンルにおいてどのような役割を果たすのかを、パラマウントとワーナー・ブラザーズの作品群の対比を通して考察する。

4.2. パラマウント：大放送シリーズ

まず、1932 年の『ラジオは笑ふ』を発端として、1930 年代を通してパラマウント社が製作した以下の四本の映画を詳しくみていきたい。

タイトル	公開年	邦題	監督
<i>The Big Broadcast</i>	1932	『ラジオは笑ふ』	フランク・タトル
<i>The Big Broadcast of 1936</i>	1935	『1936 年の大放送』	ノーマン・タウログ
<i>The Big Broadcast of 1937</i>	1936	『1937 年の大放送』	ミッチェル・ライゼン
<i>The Big Broadcast of 1938</i>	1938	『百万弗大放送』	ミッチェル・ライゼン

これらの映画は、いずれもその物語がラジオ局とそこでの放送をめぐるものであり、当時ラジオ番組で人気のあった歌手、コメディアン、オーケストラやバンドのリーダーといった人材のカメオ出演が目玉となっている。今日の映画史で語られることがほとんどない作品群だが、いずれも公開当時には興行的に成功した人気作であり、現在これらのラジオ・スターのパフォーマンスを見ることが出来る貴重な映像でもある。この四作品はそれぞれメインのキャストは異なるものの、頻繁に登場していたラジオの人材とし

ては、歌手のビング・クロスビー、夫婦のコメディアンとして活躍していたジョージ・バーンズと 그레이シー・アレンのコンビの他に、ジャック・ベニー、ボブ・ホープ、W. C. フィールド、マーサ・レイがメイン・キャストとして、カメオ出演としてはケイト・スミス、ルディ・ヴァリー、アモスとアンディ、キャブ・キャラウェイといった、普段は映画に出演しないラジオのスター、さらには指揮者のレオポルド・ストコフスキー、メトロポリタン・オペラのキルスティン・フラグスタートといった、クラシック音楽界の著名人物も登場する。

物語に関していえば、大放送のシリーズは連続ものではなく、それぞれが独立した内容ではあるが、ラジオ番組のショーを行う舞台裏を描いているという点で共通している。例えば『ラヂオは笑ふ』においては、ジョージ・バーンズがプロデューサーを務めるラジオ局が、看板スターのビング・クロスビーがスポンサーの圧力により首になって窮地に陥ったところ、スチュワート・アーウィン演じるテキサス出身の億万長者がスポンサーを買って出ただけでなく、全国ネットワークを買収し、ラジオのスターを総出演させる“大放送”を計画する。その間、この億万長者とレイラ・ハイアムズ演じる彼の元恋人、彼女が現在夢中になっているビング・クロスビーの三角関係が描かれながら、最後のこの大放送を行うところでクライマックスを迎える。大放送のフィナーレはビング・クロスビーが歌うことになっているが、アーウィンとハイアムズの仲を戻そうとするクロスビーが、放送をさぼって出ようとしないう。そこでアーウィンは、クロスビーが歌っているレコードを手にいれて放送しようとラジオ局に大急ぎで向かうことになる。この間、大放送は既に開始され、6人のラジオ・スターが彼らのラジオ番組でお馴染みのナンバーを披露することになる。ラジオ局へ向かうアーウィンと放送中のラジオ番組の様子がクロス・カッティングで示され、最後にやっとアーウィンがラジオ局に到着したときにはレコードが割れてしまったため、アーウィンは自分でクロスビーの代わりに歌おうとする。そこへクロスビーが到着し、大放送は無事に看板スターの歌声で終了、アーウィンとハイアムズは結ばれハッピーエンドとなる。

4.2.1. 映像と音声の二種類の関係

通常、ビング・クロスビーの初期の出演作としてのみ言及される『ラヂオは笑ふ』であるが、スティーヴ・J・ワッツラーは、サウンド技術と表象の点からこの映画を取り上げている。ワッツラーは、この映画が監督のフランク・タトルの作家性や、ミュージカル映画のジャンルからの逸脱といったテーマから論じられることのない、いわゆる典型

的な古典的ハリウッド映画であることを前置きした後で、特にこの映画の最後の 30 分における音声の使い方について分析している。映画の最後の 30 分とは、アーウィンがクロスビーのレコードをラジオ局に届けようと奮闘する様子と、ラジオ局におけるラジオ・スターによるパフォーマンスが交互に示される場面である。ここでワーツラーは、二つの対立するサウンドの使い方を指摘している。一つは、サウンドを既に存在している出来事、パフォーマンスを忠実に写し記録しておくものとしての使い方（transcription あるいは authentication）であり、もう一つは、空白あるいは沈黙の中にサウンドを入れることで、新たなイリュージョンを作るものとしての使い方（signification あるいは illusion）である¹⁰⁹。この映画の場合は、ラジオ局で行われるパフォーマンスの音声は前者の使い方であり、そこではパフォーマンスの音声イメージに合わせてそのまま提示される。一方、レコードを探し求めるアーウィンの場面では、音声はそこで実際に聞かれるものではなく、効果音や音楽といった非物語世界のものになっている。特にこの場面においては、アーウィンの奮闘をコミカルに提示するものとして、実際の声に代わるアヒルの鳴き声、効果音を交えた背景音楽など、無声映画のスラップスティック・コメディに伴われるのと類似したサウンドが使用され、ラジオ局におけるパフォーマンスの場面とは、背景音楽からラジオ番組の音声への移行によってつながっている。

ワーツラーは、この二つの相反するサウンドの使用が交錯するところに『ラヂオは笑ふ』という映画の意義をみているが、ここではさらに、大放送のシリーズの全体を通してこの二つのサウンドの使用法を考察する。まず前者の記録・複写としてのサウンドだが、これはサウンド映画の登場以降、常に映像と音声の関係の基本として実践されてきたことである。例えば、ヴァイタフォンの短編映画にしばしばみられるように、初期のサウンド映画では、ヴォードヴィルの芸人などによるパフォーマンスをそのまま記録して、舞台のライブ・パフォーマンスに対する安価な代替物として機能させた。実際、『ラヂオは笑ふ』に対する当時の批評では、この映画を「長編映画ではなく、短編映画の連続である」¹¹⁰と述べているように、大放送シリーズの映画の持つ意味は、まず第一にこのパフォーマンスの忠実な提示になるだろう。さらにそこには、ラジオのスターという普段は観客に見えない存在を見せるという意義が加わり、全体の物語よりも提示の方に重点が置かれる傾向にある。例えば、シリーズの他の映画の批評では、「有名人がたくさん出ているという点で、大いに楽しませてくれる。たいしたストーリーはないが、気に

¹⁰⁹ Wurtzler, pp. 251-260.

¹¹⁰ "The Big Broadcast," *Varsity*, October 1932, p. 14.

ならない」(『1936年の大放送』)¹¹¹、「こんなにたくさんのパフォーマンスがある中で、プロットのことを気にしている暇はない」(『1937年の大放送』)¹¹²、「ごった煮のレビュー」(『百万弗大放送』)¹¹³といったものがある。

このように、1930年代の大放送シリーズでは、ラジオの人材を、それも数多く見せることに特徴があり、それはミュージカルのジャンルでいえば、プロットを持たないレビュー、あるいはヴォードヴィルに代表されるヴァラエティの伝統を引き継いでいるといえる。この複数のスターの提示という特徴は、特に1920年代にラジオ・スターを取り上げた長編映画と比較すると興味深い。1920年代末のトーキー初期において、当時のラジオの娯楽番組で初めて全国的なスターとなったとされるルディ・ヴァリー、アモスとアンディの双方が、RKOの長編映画に主演した。若い女性の間で人気のあった歌手のヴァリーを主演にした『放浪の恋人』(*The Vagabond Lover*, 1929)、二人の白人のコメディアンが、南部出身の黒人を演じたシチュエーション・コメディとして人気のあったアモスとアンディの『チェック・アンド・ダブル・チェック (日本未公開)』(*Check and Double Check*, 1930)は、いずれも単発では興行的に大成功したものの、その後の続編は製作されず、映画を主演したルディ・ヴァリーやアモスとアンディが映画スターとして知られるようになることはなかった。これらの映画は、いずれもヴァリー、あるいはアモスとアンディを主人公に物語が進むが、ラジオのスターを見せるということに関して通常の単数の主人公による物語映画では、不十分であったことが伺える。

このようなパフォーマンスの忠実な提示というサウンドの使用に対して、もう一つ『ラヂオは笑ふ』でみられるのは、新たなリアリティーを作るものとしてのサウンドである。ワッツラーも指摘しているように、現実をそのまま模倣するのではなく、いわば映像と対立する音声を使用するという考え方は、無声映画に伴われる音楽、あるいはセルゲイ・エイゼンシュテイン、ジガ・ヴェルトフといったヨーロッパの映画理論においてしばしば唱えられたものである。実際、『ラヂオは笑ふ』の当時の批評においては、サウンドの使用に関してルネ・クレールの映画からの影響を指摘するものがある。

あふれんばかりのラジオのタレントに加え、監督のフランク・タトルはルネ・クレールに触発されたようである。電話の交換手はレシーバーに向かって歌いだし、スチュワート・アーウィンは、『ル・ミリオン』でみられた茶番劇を繰り返しているよ

¹¹¹ “Big Broadcast of 1936,” *Variety*, September 18, 1935, p.35.

¹¹² “Big Broadcast of 1937,” *New York Times*, October 22, 1936, p. 31.

¹¹³ “Big Broadcast of 1938,” *New York Times*, March 10, 1938, p. 16.

うだ。¹¹⁴

これと同時期の映画に関わる業界紙をみると、当時のアメリカ映画におけるルネ・クレールの影響、特に『ル・ミリオン』(*Le Million*, 1931) に対する評価が数多くみられることが分かる¹¹⁵。『ル・ミリオン』は、ある青年が宝くじに当選するが、肝心の宝くじが彼の上着のポケットに入れっぱなしになっていることに気づき、その上着を探し求める様子を描いたコメディである。その間、例えば上着を取り合っているシーンの映像に、フットボールの試合の音声をつけるなど、映像に対して非物語世界の音声が付けられている。『ラヂオは笑ふ』の批評で指摘されるのは、こういった『ル・ミリオン』における音声の使い方からの影響であり、これはさらに、5章で詳しくみるミュージカル映画におけるナラティブとナンバーの統合の問題においても、大きく関わってくるものである。

4.2.2. 音声に創作される映像

『ラヂオは笑ふ』においては、ワーツラーが指摘するラスト・シーンの他に、オープニングのビング・クロスビーがファンの女性陣にもみくちゃにされる場面、批評でも言及されている電話交換手の会話の場面など、イリュージョンとしての音声がしばしばみられるが、大放送のシリーズ全体を通して見た場合、こういった音声の意図的な使用は『ラヂオは笑ふ』の一作に限られる。他の映画では、最初に挙げた現実の忠実な提示としての音声の使用が目立つが、イリュージョンという点では、むしろ音声に対する映像の側でみられることが指摘できる。

そもそも大放送シリーズの映画としての一番の売りは、普段は声でのみ知られるラジオのスターを見せるという点にある。そこでは声にあたる音声为前提にあり、ラジオ・スターの容姿である映像はそれに準ずる形で示される。ワーツラーが指摘する後者の音声の使い方は、映像が前提にあり、その映像に対して空白であるサウンドトラックに新たに音声をつけるものであるが、その映像と音声の関係が大放送のシリーズでは逆転しているといえる。特にそれは、大放送シリーズの映画に登場するジャズ・バンドやオーケストラの演奏の場面にみられる。

例えば、『1937年の大放送』(*The Big Broadcast of 1937*, 1936) では、『オーケスト

¹¹⁴ “The Big Broadcast,” *New York Times*, October 15, 1932, p. 13.

¹¹⁵ 例えば、“Rene Clair’s New Film,” *New York Times*, May 10, 1931, p. X6; “Le Million,” *Photoplay*, August 1931, p. 58.

ラの少女』(One Hundred Men and a Girl, 1937)にも出演したレオポルド・ストコフスキーと彼の率いるオーケストラが、バッハのフーガト短調を演奏する場面がある。当時ストコフスキーは、クラシック音楽を紹介するラジオ番組にも出演していたため¹¹⁶、この場面もラジオの演奏を見せる一場面ということになるが、その際の映像では、ストコフスキーの指揮する手のクローズアップ、オーケストラの演奏者たちを曲のパートごとにライト・アップするなど、その視覚の提示を意識的に行っている。当時の批評においても、例えば『ニューヨーク・タイムズ』は、映画の監督であるミッチェル・ライゼンとカメラマンのセオドア・スパークルに触れながら、このオーケストラの演奏シーンを次のように説明している。

この映画は、撮影の特殊効果という点で見る価値が十分にある。ステージングはモダンで、印象主義といえるほどだ。ミッチェル・ライゼンとカメラマンは、白と黒の映像でいくつもの興味深い習作を行っている。ストコフスキーのオーケストラの演奏の場面は特に素晴らしい。(中略)この短い間に限って、『1937年の大放送』は純然たる詩となる。¹¹⁷

さらに、『1938年の大放送』では、当時ラジオで人気のあったシェップ・フィールズのバンドの演奏シーンに、レオン・シュレジンガーが手掛けたアニメーションが加わっている。このナンバーでは、アニメーションのキャラクターとバンドのメンバーとの掛け合いが行われ、いわゆる実写とアニメーションの混合となっている。ここでは、バンドの演奏する音楽は現実そのままの提示であり、その映像に関してはバンドが演奏しているものを忠実に提示するのではなく、むしろ空白のスクリーンに創作したものをつけた形になっている。

これと同様なものとして思い浮かぶのは、ディズニーが1940年に製作した『ファンタジア』(Fantasia, 1940)だろう。『ファンタジア』は、7曲の独立したクラシック音楽を連続して見せる長編映画であり、それぞれの音楽に合わせてアニメーションによる映像がつけられている。音楽の演奏は、ストコフスキーと彼が指揮するオーケストラであるが、オーケストラの演奏を記録・複写として見せるのではなく、オープニングのバッハのトッカータとフーガ二単調では、オーケストラの団員に対するテクニカラーのライトアップ、その後のナンバーでは、アニメーションによる物語が編み出される。歌や

¹¹⁶ “Leopold Stokowski sets a new pace in radio trends,” *Radio Stars*, February 1934, p. 21.

¹¹⁷ “Big Broadcast of 1937,” *New York Times*, October 22, 1936, p. 31.

音楽に合わせてアニメーションを創作することは、ディズニーが『シリー・シンフォニー』（*Silly Symphony*, 1929-1939）といった短編映画でサウンド映画の到来と共にやってきたものであり、短編映画の寄せ集めとしての特徴を大放送のシリーズと共有している。『ファンタジア』の楽曲の合間に、ラジオのコメンテーターも務めていたディームズ・テイラーのナレーションが入ることからも、『ファンタジア』をラジオのクラシック音楽番組を映像のイリュージョンによって見せるものとして捉えることも可能である。

大放送のシリーズにおいて、この音声に対立する映像を別の形で提示するのが、テレビのモチーフである。例えば『1936年の大放送』では、現在のテレビにあたる機械が「ラジオ・アイ」（Radio Eye）として登場する。この映画では、ジャック・オーキー演じるラジオの偽クルーナーが、大金持ちの令嬢にその声から見初められ、婚約者として彼女の所有する島にいくものの、その島で彼に嫉妬する現地の男から殺されかかるという物語になっている。ここで、大放送シリーズでお馴染みのバーンズ／アレン夫妻が演じる発明家がラジオ・アイを持ってくることにより、ジャック・オーキーは難を逃れ、かつラジオ・ショーのコンテストにまで優勝し賞金を得るという結末になる。このラジオ・アイは、ダイヤルを操作すると時間や場所に関係なく出来事をピックアップして聞き、かつ見ることができる器具として紹介され、映画中のアモスとアンディ、ダンサーのビル・ロビンソン、歌手のエセル・マーマン、はてはウィーン少年合唱団に至るまで、多様なパフォーマンスがラジオ・アイを通す形で提示される。

同様の主題は、例えば同じパラマウントの『国際喜劇ホテル』（*International House*, 1933）にもみられる。“大放送”という名前がタイトルにないだけで、W. C. フィールド、バーンズ／アレン夫妻など、大放送シリーズと同様の主題とキャストで構成されるこの映画では、上海の国際ホテルを舞台に、「ラジオ・スコープ」（Radio Scope）と呼ばれる機械を中国人発明家がデモンストレーションするという物語になっている。電波の調整により小さな丸い画面に映像が映される過程は、通常は空白であるラジオの視覚面に映像が創作されて追加される様そのものであり、当時の実験的なテレビの紹介となっている。

このように、大放送のシリーズでは、ラジオのスターを主演にしたプロットのつながりの弱い、むしろ短編映画の連続ともいえるミュージカル映画である。そこでは、ラジオ・スターを映画で見せることが第一の目的であり、彼らのパフォーマンスを視覚と音声の双方で忠実に提示することが求められる。一方で、音声はラジオで既に観客に知られている状況を逆手に取り、前提としてある音声に対して映像の方を創作することも行われている。通常、ラジオのスターを映画で紹介しているに過ぎないとされる大放送の

シリーズだが、それは“見せる”という映画がメディアとして最も得意とするところの視覚面の操作と提示が求められる場でもあるのである。以下では、パラマウントの大放送シリーズに対して、物語であるナラティブの力がより強く、かつこのラジオとの対比における“見せる”ことを別の形で行っていると考えられるワーナー・ブラザーズ社の一連の作品群についてみていくことにしよう。

4.3. ワーナー・ブラザーズ：ディック・パウエル主演映画

映画とラジオに関する映画といえば、まずパラマウントの大放送シリーズが取り上げられるのが通例だが、ハリウッドのスタジオの中でもワーナー・ブラザーズ社は早くからラジオの主題を取り上げた映画を製作している。1925年には自社のラジオ局 **KFWB** を立ち上げ、ヴァイタフォンのサウンド映画に早くから着手していたワーナー・ブラザーズだが、初期のラジオを扱った興味深い作品としては、アル・ジョルソンが主演した『子守唄』(*Say It with Songs*, 1929)、リチャード・バルセルメスが主演した『ウイリー・リバー』(*Weary River*, 1929) がある。『子守唄』は、アル・ジョルソン演じるラジオ歌手が殺人罪によって刑務所に入り、刑務所からラジオを通して家にいる息子に歌を歌うという物語である。ジョルソンの『ジャズ・シンガー』に続く二作目で、前年に大ヒットした『シンギング・フール』(*The Singing Fool*, 1928) と同様に、父と息子の愛情物語から成る映画であるが、刑務所にいる間息子に会えない父親と、家で父の帰りを待つ息子の唯一のコミュニケーションの手段が、この刑務所から行われるラジオ放送となっている。

一方『ウイリー・リバー』は、暗黒街をしきっていたリチャード・バルセルメス演じるギャングが、刑務所に入って更生していく様を描いている。バルセルメス演じる主人公は、刑務所にいる間に「ウイリー・リバー」(*Weary River*) という歌を作曲し、刑務所からのラジオ放送で一躍有名になる。彼は出所後、通常のコンサートホールで刑務所で行ったのと同じ演奏をしようとするが、一般の観客を目の前にしたとたん、刑務所との雰囲気の違いに尻込みする。「自分はいつも見えない観客に向かって演奏していたので、ここではうまくいかない」と話すバルセルメスだが、ここからは、当時のラジオにおけるパフォーマンスがまだ閉じられたものであり、観客をスタジオに招くことが一般的になる 1930 年代初頭以降のあり方とは異なることが分かる。いずれの映画も、ワーナー・ブラザーズが得意としていたギャング映画、刑務所映画といったジャンルを下敷きに、

見えない／見られたくない存在としての刑務所の囚人と、視覚を持たないラジオのメディアとしての特徴を主題としてからめている。

1930年代に入ると、ラジオの主題としても、ミュージカル映画のジャンルの形式としても、『子守唄』、『ウイリー・リバー』とは異なるものが登場するようになる。ここでは、ワーナー・ブラザーズが1930年代を通して製作したラジオのミュージカル映画のうち、以下の四本を取り上げて考察する。

タイトル	公開年	邦題	監督
<i>Professional Sweetheart</i>	1933	(日本未公開)	ウィリアム・サイター
<i>Twenty Million Sweethearts</i>	1934	『二千万人の恋人』	レイ・エンライト
<i>Broadway Gondolier</i>	1935	(日本未公開)	ロイド・ベーコン
<i>Hollywood Hotel</i>	1937	『聖林ホテル』	バズビー・バークレー

まず、これらの映画の特徴として挙げられるのは、パラマウントの大放送シリーズのようにラジオの著名人を多数呼び寄せるのと違い、むしろ映画で顔を知られている俳優にラジオのスターを演じさせることが多いことである。上の四作のうち三作を主演しているディック・パウエルなどはしばしばラジオにも出演していたが、ビング・クロスビーなどとは異なり、むしろ映画でラジオ歌手を演じることで知られる存在である。また、これらの映画で頻繁に登場する俳優としては、ジンジャー・ロジャース、パット・オブライエン、ジョーン・ブロンデル、フランク・マックヒュー、ヒュー・ハーバートなどが挙げられる。これらの俳優陣は、同じワーナー・ブラザーズで同時期に製作されていた『四十二番街』(42nd Street, 1933)、『ゴールド・ディガーズ』(The Gold Diggers of 1933, 1933)といった、バズビー・バークレーが手掛けるミュージカル映画に出演する俳優陣と同じである。実際、これらのラジオを主題にしたミュージカル映画と、ゴールド・ディガーズのシリーズに代表される舞台を主題にしたミュージカル映画は交互に製作されており、ラジオを主題にした映画は、大掛かりなコーラス・ガールのナンバーを必要とする舞台を主題にした映画の、より低予算版として認識されていたと考えられる。

ラジオを主題にした映画として、パラマウントの大放送シリーズでは、ラジオ・スターを文字通り直接見せることを主眼としていたことを述べた。上に挙げたワーナー・ブラザーズの作品においても、映画の見せるメディアとしての役割を使っていることに違いはないが、それはパラマウントのものと違い、間接的に物語のレベルにおいて行われている。ワーナー・ブラザーズの映画においても、ラジオ番組の舞台裏を描くバックス

テージの形式をとっているが、そこでの物語は、普段は見えないラジオ・スターの真のパーソナリティを暴露することをめぐって展開する。

例えば、ジンジャー・ロジャースがラジオの歌手を演じる『プロフェッショナル・スイートハート（日本未公開）』（*Professional Sweetheart*, 1933）では、ロジャースが演じるラジオ歌手は、賛美歌を好んで歌う清純派（Purity Girl）として一般の観客には知られている。しかし実際の彼女は、ジャズとハレムのダンスを好む、タバコと酒をかかさないうフラッパーであり、その事実を観客さらにはスポンサーから隠そうと、彼女のエージェントが奮闘する物語である。『二千万人の恋人』（*Twenty Million Sweethearts*, 1934）では、ディック・パウエル演じるラジオ歌手が、エージェントであるパット・オブライエンの力量によって全国的に有名になるが、若い女性のファンが離れることを恐れ、かつ彼の人気の低下を懸念するスポンサーの圧力によって、婚約者であるジンジャー・ロジャースと結婚できない状況に陥る。同様に、『ブロードウェイ・ゴンドリア（日本未公開）』（*Broadway Gondolier*, 1935）でパウエルは歌が得意なタクシーの運転手を演じている。彼はアドルフ・マンジュー演じるオペラの教師に見出され、ラジオでブレイクすることを試みるものの、オーディションを受ける前に断られてしまう。そこで、ラジオ番組のスポンサーの婦人がオペラ好きであることを知り、彼女に取り入る目的から、イタリアのベネチアのゴンドラ乗りを装い、ラジオ・デビューを果たす。最終的には、ブルックリン出身のアメリカ人というパウエルの本性が明かされて、一件落着となる筋である。いずれも、スポンサーの圧力に左右されるラジオのショー・ビジネスを皮肉った内容であり、ラジオのショー・ビジネスとしての滑稽さを、ライバルである映画側が描いた形になっている。

『聖林ホテル』（*Hollywood Hotel*, 1937）においては、ラジオの舞台裏に加え、さらに映画製作の舞台裏をからめた物語になっている。この映画でラジオの人気歌手を演じるディック・パウエルは、映画出演のオファーをもらってハリウッドへやってくる。しかし、オファーした映画スタジオ側は、ディック・パウエルを映画スターとして育てる気はなく、結局パウエルが得た仕事は、歌えない映画スターの出演するミュージカル映画の吹き替えを担当することだった。自分の声だけが使われることにがっかりするパウエルだったが、この吹き替えによるミュージカル映画の公開後、その映画スターがラジオのヴァラエティ番組に出演して歌声を披露しなければならない状況に陥り、最後に歌った本人であるパウエルがラジオ番組に登場してハッピーエンドとなる。この映画は、当時のハリウッドのゴシップ・コラムニストとして知られ、『ハリウッド・ホテル』

（*Hollywood Hotel*）という名のラジオ番組を持っていたルエラ・パーソンズが本人役

で登場しているのに加え、映画の監督をミュージカル映画の振付師として知られていたバズビー・バークレーが担当している点でも、興味深い映画である。

4.3.1. 製作過程の事例：『二千万人の恋人』の場合

このようなラジオを主題にした映画は、その製作過程において通常の映画と異なった扱いを受けていたのだろうか。ここでは、ワーナー・ブラザーズのラジオを主題にした映画製作の一端として、『二千万人の恋人』の場合をみてみることにしよう。この映画は、後に『カサブランカ』（*Casablanca*, 1942）などを担当した敏腕プロデューサー、ハル・ウォリスの製作により、監督がレイ・エンライト、主演がパット・オ布莱イエン、ディック・パウエル、ジンジャー・ロジャースとなっている。ここでは、プロデューサーのハル・ウォリスと監督のレイ・エンライトの間で行き来された書簡を参照に、製作中の毎日のラッシュを見ながら、プロデューサーであるウォリスが監督であるエンライトにどのような指示を出していたのかを辿ってみることにする¹¹⁸。

『二千万人の恋人』に関して、まずハル・ウォリスからの指示としてあったのは、ラジオを主題にしていることを考え、映画のオープニングではラジオをなるべく“魅力的”に見せるようなショットをたくさん入れるようにということである。

この映画のために、カー・ラジオ、テーブル用のラジオ、寝室のラジオ、家具と合体型の装飾を施されたラジオ等々、様々なラジオ・セットのショットを撮っておくべきである。すべて美しく照明を行い、ショットの構図としても整っているように。単にラジオが映っているというだけでは不十分である。また、前もって多く撮っておくことで、後でサウンドトラックを加えて編集するときに楽になるだろう。とにかく、映画のオープニングであるのだから、ラジオをできる限り魅力的に見せるようにすることを忘れないように。¹¹⁹

一方、映画に登場するラジオのアナウンサーに関して、ウォリスは厳しい指示を下している。例えばパラマウントの『ラジオは笑ふ』においては、ラジオで有名な歌手やバンドの他に、当時著名だったラジオのアナウンサーも実名の表示とともに画面に登場した。しかし、『二千万人の恋人』においてウォリスは、ラッシュでみるラジオのアナウン

¹¹⁸ Production files for “Twenty Million Sweethearts,” Warner Bros. Archives at University of Southern California, School of Cinematic Arts, Los Angeles [hereafter WBA].

¹¹⁹ Hal Wallis, inter-office communication to Enright, February 5, 1934, Ibid.

サーの顔が悪すぎるものが多いので、すぐにアナウンサーの配役を変えるようにと指示を出している¹²⁰。

同様のことは、映画のミュージカル・ナンバーにおいても起こっており、ウォリスはエンライトが撮ったパウエルラジオ番組のシーンについて、次のように評価している。

パウエルが歌うシーンは、音楽的にとてもよくできていると思う。しかし、パウエルのようなパーソナリティがマイクに向かって歌っているときに、その後ろにオーケストラのリーダーが指揮棒を振りまわして、始終パウエルの方を振り返っている様子を見せていては、気が散って歌が台無しである。運よく、君はパウエルの顔のクローズ・アップをつなげることで最悪の事態を回避しているが、今後、この映画に限らず、オーケストラの演奏が加わるシーンを撮る場合、そのリーダーが映画で売り出すスターでない限り、間違っても彼をカメラ・ラインの中に入れないように。

121

ラジオを主題にした映画では、ラジオで人気のあるオーケストラ、あるいはバンドも登場し、その指揮者やバンド・リーダーはスターと同様の扱いを受けることもあるが、ハル・ウォリスとしては、バンドの指揮者は映画の主演であるパウエルのショットを遮るものとしは見えなかったようである。

また、ハル・ウォリスから監督エンライトへの指示は、物語進行におけるリアクション・ショットに関する注文も多い。例えば、映画でディック・パウエルがジンジャー・ロジャースに向かって、ラジオのスポンサーの圧力から結婚できないことを告げるシーンに関して、ウォリスはパウエルとロジャースのクローズアップを撮り直し、彼らの感情を表すショットを増やすように指示を出している。

このシーンの問題は、とにかく深みがないことだ。二人ともただ突っ立って台詞をしゃべっているだけで、気持ちが入っていない。君はこれらのシーンを分析して、もっと力をいれるべきだ。映画の中の数少ないドラマチックな場面なのだから、もっと彼らに演技させて、そこから何か引き出そうとしないといけない。¹²²

¹²⁰ Ibid., January 20, 1934.

¹²¹ Ibid., January 18, 1934.

¹²² Ibid.

このように、プロデューサーのハル・ウォリスの指示からは、ラジオを主題としているとはいえ、そのためにラジオ・スターの提示に特化することなく、あくまでも通常の物語映画として機能させることを目標にしていたことが分かる。

4.3.2. 当時の批評

では、このようなワーナー・ブラザーズのラジオを主題にしたミュージカル映画に対して、当時の批評はどうだったのだろうか。これらの四作品の評価に共通してみられるものとしては、映画にコーラス・ガールによるミュージカル・ナンバーがない点の評価していることである。例えば『二千万人の恋人』に関しては、『ヴァラエティ』は「コーラス・ナンバーのない喜劇ミュージカル」と称し、特にエージェント役のパット・オブライエンの機関銃的な台詞回しからもたらされるスピードと、コメディ映画としての側面を評価している¹²³。また、『ニューヨーク・タイムズ』は、映画にコーラス・ガールのナンバーを含まないこととナラティブの充実とを関連づけて、次のように評している。

この映画は、ストーリーが常に観客の関心をそらさず、ユーモアも鋭く、メロディーも物語の自然な流れで提示され、非常に好ましい。多くの映画ファンは、この映画がダンシング・ガールの集団によるスペクタクルから幸運にも解放されていることを知って、喜ぶに違いない。¹²⁴

同様のことは『ブロードウェイ・ゴンドリア』に対する批評においてもみられ、『ヴァラエティ』と『ニューヨーク・タイムズ』の双方が、ワーナー・ブラザーズのミュージカル映画にみられた大掛かりなナンバーの削除を、良い傾向として評価している。

通常のワーナー・ブラザーズのミュージカル映画にみられるトリック・カメラ・アングルや俯瞰ショット、お馴染のバークレーイズムなしの状態で、ラジオ局の主題はパウエルがポピュラー・ソングを6曲を歌う格好の言い訳を提供している。¹²⁵

朗報としては、ワーナー・ブラザーズが作戦を変え、それまでのミュージカルの伝

¹²³ “Twenty Million Sweethearts,” *Variety*, May 1, 1934, p. 14.

¹²⁴ “Twenty Million Sweethearts,” *New York Times*, April 27, 1934, p. 25.

¹²⁵ “B’way Gondolier,” *Variety*, July 24, 1935, p. 21.

統ともなっていた豪華なスペクタクル、回転するコーラス・ガールのシーンを削除することを決意したことである。¹²⁶

ここで何度も登場する大掛かりなナンバー、コーラス・ガール、あるいはバークレーについて、当時の状況を踏まえて確認しておく必要があるだろう。マーティン・ルービンが詳しく論じているように¹²⁷、ミュージカル映画のジャンルにおいて、バズビー・バークレーの名は一つの形容詞として機能するほど、際立った特徴を持つものとして現在知られている。バークレーは、元々ブロードウェイの舞台の振付師であり、トーキー映画の登場と共に映画におけるダンスの振付も手掛けるようになる。特に、1933年の『四十二番街』をはじめとして、ワーナー・ブラザーズで製作された一連の作品が有名であり、そこでバークレーが手掛けたミュージカル・ナンバーにおいては、特殊なカメラ・アングル、俯瞰ショット、編集などを駆使することにより、コーラス・ガールの集団によるダンスを万華鏡のように見せる点に特徴がある。これは、映画全体の中でも特に際立ったスペクタクルとして意味があるだけでなく、それまでの固定カメラで撮影され、単なる舞台の再現だと批判されていたトーキー映画における、映画独自の表現の開拓としての意義も含んでいる。

しかし、ラジオを主題にしたミュージカル映画との関連で注意しなければならないのは、これらが置かれた時代の言説である。『四十二番街』の成功を受けて、ワーナー・ブラザーズは続けて『ゴールド・ディガーズ』、『フットライト・パレード』(*Footlight Parade*, 1933)を同年のうちに公開した。いずれもバズビー・バークレーによるコーラス・ガールのミュージカル・ナンバーが見所となっていたが、他のスタジオにおいてもこれを模倣したミュージカル映画が製作され、例えばMGMの『ダンシング・レディ』(*Dancing Lady*, 1933)、パラマウントの『めりけん音頭』(*Sitting Pretty*, 1933)、RKOの『空中レビュー時代』(*Flying Down to Rio*, 1933)、ユニヴァーサルスの『月の宮殿』(*Moonlight and Pretzel*, 1933)などが続いた。こうした模倣の連続はすぐに主題のマンネリ化を招き、映画批評の言説においては、『二千万人の恋人』、『ブロードウェイ・ゴンドリア』の批評からも分かるように、1934～35年には、バークレーの名前で形容されてきた大掛かりなスペクタクルのミュージカル・ナンバーは、むしろ避けるべきものとして捉えられていた。

¹²⁶ “Broadway Gondolier,” *New York Times*, July 18, 1935, p. 15.

¹²⁷ Martin Rubin, *Showstoppers: Busby Berkeley and the Tradition of Spectacle* (New York: Columbia University Press, 1993).

このような状況にあって、ワーナー・ブラザーズのラジオを主題にしたミュージカル映画は、コーラス・ガール／バークレー型に代わるミュージカル映画の定型を提供するものとして機能していたと考えることが可能だ。実際、大掛かりなコーラス・ナンバーを避ける傾向はその後も顕著にみられ、その代名詞ともなっていたバズビー・バークレー自身の作品においてもその影響をみることができる。ラジオ番組をテーマにした『聖林ホテル』はバークレーの監督によるものだが、そこでのミュージカル・ナンバーは、集団のコーラス・ガールの特殊撮影ではなく、ベニー・グットマンのジャズ・バンドが演奏している様子を、いかに邪魔せず、しかしカメラ・ムーブメントとアングルによって効果的に見せるかというものになっている。

4 章では、ラジオを直接テーマに取り上げているミュージカル映画の分析として、パラマウント社の大放送シリーズ、ワーナー・ブラザーズのディック・パウエルを主演にした映画を取り上げて考察した。大放送シリーズに関しては、映画における音声の使用法に関する二つのモデルを提示し、これらの映画には、声で知られているラジオ・スターを見せるという、映像と音声を現実そのままに再現しようとするモデルがある一方で、前もって存在するラジオの音声に対し、いわば空白である視覚面を創作して見せるというモデルが混在していることを示した。これに対し、ワーナー・ブラザーズの映画では、ラジオの舞台裏を描く物語面の方に重点が置かれ、そこでの映画の“見せる”機能は、登場人物のアイデンティティーの暴露という形で間接的に示されている。また、映画の製作過程の記録からも分かるように、これらの映画ではラジオに特化するというよりは、むしろ通常の物語映画としての機能を重視する傾向が強い。ミュージカル映画のジャンルの中でも、ラジオ局を舞台にしたパフォーマンスは、必然的に劇場を舞台にしたパフォーマンスよりも小規模なものとなり、それはミュージカル・ナンバーの大規模なスペクタクルを抑える機能として、むしろ評価されていたことが分かる。このバークレー型に代わるミュージカル映画としてのラジオの主題は、見せる／見せないの問題だけでなく、さらに映画全体の物語を歌によって進行させるか／させないかというナラティブの問題とも深く関わってくるものであり、この点に関しては5章で詳しくみていくことにしよう。

5. ラジオを間接的に扱った映画

4 章では、ラジオを直接扱ったミュージカル映画として、パラマウントとワーナー・ブラザーズの作品について考察したが、5 章では、ラジオ自体を直接テーマにしていなが、ラジオが題材としてジャンルの構造に重要な役割を果たしているものとして、RKO のミュージカル映画、特にマーク・サンドリッチが監督した作品を取り上げる。マーク・サンドリッチは、1930 年代から 1940 年代にかけて 20 本あまりの長編映画を監督しており、中でも彼が監督したフレッド・アステアとジンジャー・ロジャースのコンビによる一連のミュージカル映画はよく知られている。しかし、サンドリッチは同時期にミュージカル映画を監督したバズビー・バークレーや、彼の死後にミュージカル映画の監督として登場するヴィンセント・ミネリなどとは異なり、映画研究の分野で個別に取り上げられることはほとんどない。その理由としては、サンドリッチにはバズビー・バークレーのような際立った特質のある演出がないこと、また彼の監督作が評価される場合、それはサンドリッチではなく、映画の主演であるフレッド・アステアの功績とされることなどが挙げられる。

5 章でサンドリッチを取り上げる理由は、いわば、このバズビー・バークレー型からフレッド・アステア型へ移行する間に何があったのかを詳細にみるためである。一般的に、アステア／ロジャースのコンビの映画は、歌とダンスのナンバーによって物語が進行される統合型ミュージカル (integrated musical) と呼ばれる。一方、バズビー・バークレーの振付によるナンバーは、ショー・ビジネスの舞台裏を描くバックステージ型のミュージカル (backstage musical) の中で、物語上の舞台上演という形で提示される。4 章でもみたように、アメリカの初期のミュージカル映画は、全体として統合型よりもバックステージ型の方を好んで使う傾向にあり、バックステージ型への過度な偏りは、プロットのマンネリ化を招くことになった。一方、この傾向を打開するものとして、統合型のミュージカル映画の必要性が唱えられるようになり、その手本として、ヨーロッパのオペレッタの影響を受けたエルンスト・ルビッチやルーベン・マムーリアンの作品が挙げられた。アステア／ロジャースの映画は、これらのオペレッタ映画の系譜によって論じられることがあるが、この両者の間には具体的にどのような連関があるのか、そこにラジオの主題はどのように影響しているのか。

このような点から、5 章ではマーク・サンドリッチがアステア／ロジャース以前に監督した二本の映画、『これがハリス（日本未公開）』（*So This Is Harris!*, 1933）、『レビュー艦隊』（*Melody Cruise*, 1933）を取り上げる。この二作品では、いずれもラジオ歌手のフィル・ハリスが主演しているが、前者はフィル・ハリスがラジオ歌手という役柄で登場している点で、4 章でみたラジオを直接扱った映画との連関を確認する。一方、後者はフィル・ハリスがラジオ歌手とは関係ない役柄で登場している点で、前者の映画にみられたラジオのモチーフが、ミュージカル映画のプロットとナンバーの統合にどのように生かされているかを考察する。

5.1. ミュージカルにおける統合の問題

ミュージカル映画が、常に混合のジャンルであることは多くの先行研究において指摘されている。その混合の範囲は、音楽、歌、踊りといった要素と絡みながら、舞台や音楽業界といった外部のメディア、また、コメディや西部劇といった他の映画ジャンルにも広がる。そのため、ミュージカル映画の分類も多様であり、例えば、映画のジャンルについて論じているスティーヴ・ニールは、ハリウッド映画のジャンル論の中でミュージカルを扱う際、ミュージカルの分類はそれぞれの批評家、研究者によって定義が食い違うことがあり、場合によっては個人がそれぞれ新しい分類を設けていることを前置きした上で、代表的な名称について概要を説明している。ニールが挙げている名称としては、「オペレッタ」、「レビュー」、「ミュージカル・コメディ」、「ミュージカル・ドラマ」、「バックステージ・ミュージカル」、「ロック・ミュージカル」、「統合ミュージカル」などがある¹²⁸。

このように、多様なミュージカルの形態がある中で、その分類の基準として取り上げられるものの一つに、歌や踊りから成るミュージカル・ナンバーの部分が、全体のプロットといかに関わっているかという“統合”（integration）の問題がある。統合の点からいえば、例えばレビューはナンバーの連続で全体のプロットを持たないことから、統合が最も成されていないものとなり、逆にレビューの対極として、個々のナンバーが全体のプロットを進行させるミュージカル・ドラマが挙げられることになる。特に、舞台であるブロードウェイの歴史は、ミュージカルが非統合のものから統合されたものへと進化していく流れで語られることが多く、1927 年の『ショー・ボート』や、1943 年の

¹²⁸ Steve Neale, *Genre and Hollywood* (London: Routledge, 2000), p. 105.

『オクラホマ!』(*Oklahoma!*)などは、その統合に向けた画期的な作品としてしばしば取り上げられる。

5 章でマーク・サンドリッチの初期作品を扱うにあたり、プロットとナンバーの統合のあり方は重要な着眼点となる。まず考えなければならないのは、何をもって統合と呼ぶかだが、「統合ミュージカル」についてジョン・ミュラーが詳細な分析をしているため、ここではミュラーの定義を引用してみたい。ミュラーは、プロットにナンバーが統合される度合いから、両者の関係を以下の 6 つのレベルに分けている。

1. ナンバーがプロットと全く関係のないもの
2. ナンバーが主題、テーマに寄与するもの
3. ナンバーの存在自体はプロットと関係あるが、その内容は関係ないもの
4. ナンバーがプロットにふくらみを持たせるが、進行はさせないもの
5. ナンバーがプロットを進行させるが、その内容によってではないもの
6. ナンバーがその内容によってプロットを進行させるもの ¹²⁹

ミュラーの定義によれば、バックステージものと呼ばれるミュージカル映画は、3 番の「ナンバーの存在自体はプロットと関係あるが、その内容は関係ないもの」となる。つまり、舞台上演を作り上げるというプロセスの中で、ミュージカル俳優による演技が行われるが、その演技の内容自体は省略、入れ替えが可能である。『四十二番街』などにみられるバズビー・バークレーの振付によるナンバーは、このタイプに当てはまることになる。

このミュラーの分類は、映画の中にある個々のナンバーに関するものであり、複数のナンバーを含む映画全体をどう呼ぶかは、また別の問題である。例えば、ミュラーは、プロットとナンバーが真に統合されているものとして 6 番をあげ、その代表例としてフレッド・アステアの映画を挙げているが、アステアの出演作においても、通常はバックステージ型の特徴とされる 3 番、5 番のタイプのナンバーが含まれている。つまり、あるミュージカル全体を統合型と呼ぶかどうかは、プロットと結びつきのあるナンバーがどれだけ含まれているかという度合いの問題になる。

このことは、さらにある作品をミュージカルと呼ぶかどうかというミュージカルの定義の問題とも関連してくる。例えば、ミュラーが挙げている 1 番の「ナンバーがプロ

¹²⁹ John Mueller, “Fred Astaire and the Integrated Musical”, *Cinema Journal*, 24:1 (Fall 1984), pp. 28-30.

ットと全く関係ないもの」には、ギャング映画のナイト・クラブのシーンにおいて、背景に音楽の演奏が行われているといったものも含まれる。ナンバーの挿入がこのようなタイプでしかない場合、その作品は通常ミュージカルとは呼ばれない。マーティン・ルービンは、このようなミュージカルの定義の問題を、「不可能なジャンル」として説明している。ルービンによれば、ある映画をミュージカルと呼ぶかどうかは、ナンバーがその物語のリアリティーにおいて可能かどうかということになる。例えば、歌手ではない登場人物がいきなり歌いだすことは、物語の設定上“不可能”であるため、このようなナンバーを多く含む映画は“ミュージカル”となる。一方、人物が歌いだすとはいえ、それが物語の文脈上可能であるならば（例えば、前述したようなナイト・クラブのシーンで歌手が歌う場合）、それはミュージカルというジャンルよりは、ミュージカル・パフォーマンスを含む映画と見なされることになる¹³⁰。

ルービンによるナンバーの不可能性から、ミュージカルの統合を考えるならば、舞台裏というプロットに舞台上演を挿入するバックステージの形式は、ナンバーの挿入自体は物語のリアリティー上“可能”なものになっている。しかしルービンは、特にバズビー・バークレーの振付によるナンバーに関して、その不可能性がプロットとの関係においてではなく、ナンバー自体にあることを指摘している。例えば、俯瞰ショットといった特殊なカメラ位置や、『フットライト・パレード』の「滝のそばで」(By a Waterfall)のナンバーにみられる舞台から水中へとといった空間の拡大は、現実の舞台上演としては“不可能”なものとして提示される¹³¹。

マーク・サンドリッチがミュージカル映画を監督し始める 1930 年代初頭は、このようなミュージカルにおける統合のあり方、あるいは、そもそもミュージカルとは何かといった問題が特に意識的に取り上げられていた時期だった。以下からは、当時の代表的な言説を取り上げ、ミュージカル映画について何が問題とされ、どのような形式が必要とされていたのかをみていきたい。

5.2. 1930 年代初頭の言説

1934 年 3 月、イギリスの『フィルム・ウィークリー』(*The Film Weekly*) は、アメリカのミュージカル映画がトーキー出現直後の段階より人気を失った要因について、「ミ

¹³⁰ Rubin, p. 36.

¹³¹ Rubin, p. 38.

ミュージカル映画の何が悪いのか」という論説で、次のように書いている。

なぜ“ミュージカル”は吸引力を失ったのか。(中略) 第一の理由は、映画のプロデューサーたちが、他のどのジャンルの映画にも増して、オリジナルの舞台をコピーすることに甘んじたためと考えられる。舞台のミュージカル・コメディを少しだけ変えて映画にするのは非常に楽であり、かつ初期の段階でそれは成功した。多くのプロデューサーが同様の非創造的なテクニックを真似したために、この一連の映画の失敗を生み出すことになった。観客にとっても、この傾向は観客が本当に見たいもの、つまり、ミュージカル・プレイのコピーではない、ミュージカル・フィルムを妨げることになってしまった。

ミュージカル映画の魅力がうすれてしまったと気づいた業界の大物たちは、自分たちの最も強力なお守りを復活させた。何万ドルもの犠牲を払って、“超 (Super)” と“激 (Ultra)” の神々を連れ戻したのだ。まるで創造者の稚拙さを反映するかのように、ミュージカル映画は“豪華”から“超豪華”へと脱皮した。バズビー・バークレーの名は、このような変化と結び付けられるものである。(中略) バークレーは非常に賢い青年であるが、彼の高潔さは間違った方向に使われている。もうすでに、超豪華さはそれ自体の豪華さによって息を詰まらせている。見かけの目新しさは、たとえそれがどんな規模でも十分ではない。目新しさや豪華さにさえ、限界はある。(中略)

最も大きな問題は、ストーリーである。舞台のミュージカルにおいてプロットは重要な位置を占めているにも関わらず、映画においてそれは無きに等しい。(中略) 私はここで、『キング・オブ・ジャズ』(*King of Jazz*, 1930) のようなレビュー・タイプの映画を憂っているわけではない。また、ミュージカル映画が、重く血なまぐさいプロットを持つべきだと言いたいのでもない。しかしミュージカル映画に、たとえ実際には起こらないだろうとしても、少なくとも起こってもおかしくないプロットがあってもいいではないか。¹³²

ここで言及されているように、アメリカでは 1929～30 年のミュージカル映画の大流行の後、一時期ミュージカル映画が製作されなくなる時期があるが、1933 年のバズビー・バークレーがナンバーの振付を担当した『四十二番街』をきっかけに、ミュージカル映画が復活する。ここで、バークレーの映画が 1920 年代末のバックステージものの

¹³² “What’s Wrong ‘Musical’?” *The Film Weekly*, March 2, 1934, pp. 8-9.

映画と異なっていたのは、カメラ・ワークや編集といった映画の技法によって、現実の舞台上演からは離れてナンバーを提示した点である。これは、ルービンが指摘しているように、ナンバーを“不可能”な形にすることであり、それは同時に、ナンバーを“映画”にすることだったともいえる。しかし、4章でも述べたように、このようなナンバーにみられるコーラス・ガールのスペクタクルを各スタジオが模倣したため、バックステージのプロットを基盤にしたこれらの映画は、映画の言説においては批判の対象として取り上げられるようになった。

一方、『フィルム・ウィークリー』の記事で、まともなプロットを持つミュージカルとして挙げられているのが、モーリス・シュバリエがパラマウント社で主演した何本かの映画であり、中でもルーベン・マムーリアンが1932年に監督した『今夜は愛して頂戴ナ』(*Love Me Tonight*, 1932)が大きく取り上げられている。

超豪華な歌とダンスのナンバーのためにストーリーを犠牲にすることなく、マムーリアンは、カメラとサウンド・トラックのそれぞれ異なる可能性を補完・増幅させている。舞台に対する映画の最も大きな利点は、時間と空間の制限を越えることができることである。『今夜は愛して頂戴ナ』の全編を通して、特にテーマソングが歌われる間、マムーリアンはこの利点を使っている。かわいいコーラス・ガールのロング・ショットとスターのクローズアップを見せる代わりに、彼は一連の美しいシンボリックなディゾルヴを見せてくれる。ちょうど音楽がスクリーンの映像に対して解説し、映像を増幅することができるように、映像は音楽の魅力を増大させることのできる映画的手段であることを、我々に示しているようである。(中略)

女の子が歌っているのを見て、同時に彼女たちが歌っているのを聞くのは、やりすぎであり、かつ不十分である。これでは単なる舞台の真似であり、映像と音声が同じことを同じやり方で二回提示するのではなく、互いに批評しあい、二つの別の意味を持つものが一緒になることで調和するという、トーキーが提供する機会を無駄にしていることである。¹³³

この『フィルム・ウィークリー』の記事では、バズビー・バークレーとルーベン・マムーリアンという対比で書かれているが、この対比の中で一つ忘れられていることがある。それは、映画であると高く評価されるルビッチ／マムーリアンのミュージカル映画は、舞台がいずれも一昔前のヨーロッパであり、リック・アルトマンが分類するところ

¹³³ Ibid.

ろの「おとぎ話のミュージカル」(Fairy Tale Musical)¹³⁴であることである。これらの映画が、ナンバーによってプロットが進行する統合型のミュージカルである一方、同時代のアメリカを舞台にしたミュージカル映画となると、バークレーの映画に代表されるように、大部分がショー・ビジネスを舞台としている。これらは、いずれのナンバーも舞台上演やそのリハーサルという物語設定によって提示されるバックステージ型である。1920年代末、また1933年のミュージカル映画の流行がいずれもバックステージの形式に偏っていたという事実は、おとぎ話では許されること(=人物が突然歌いだすこと)が、同時代のアメリカを舞台にした場合には躊躇され、ヴォードヴィルやレビューといった単発的な舞台上演の枠組みに頼らざるを得なかったからと考えることもできる。

マムーリアンが使用したミュージカルの手法を、アメリカという設定に適応させることの困難さは、これを実践した1933年のアル・ジョルソン主演の映画『風来坊』(*Hallelujah I'm a Bum*, 1933)の失敗にも現れている。この映画は公開された当時、映画における音楽の使い方の斬新な例として、『モーション・ピクチャー・ヘラルド』に大きく取り上げられた。「音楽が物語を語る」というこの記事では、歌によって台詞を話す“リズムック・ダイアログ”のテクニックが、舞台や外国映画ではよく用いられるのにも関わらず、アメリカ映画においては試みられていないことを指摘している。ここでリズムック・ダイアログを用いた外国映画の例としては、ドイツ映画の『会議は踊る』(*Der Kongress tanzt*, 1931)、フランス映画の『ル・ミリオン』などがあり、「音楽、台詞、アクションを関連付けることによる累積的な効果」が評価されている¹³⁵。また、この記事では指摘されていないが、『今晚は愛して頂戴ナ』といったルビッチ／マムーリアンの映画も、このようなヨーロッパの映画と同じカテゴリーに含めることができるだろう。

『風来坊』は、同時代のアメリカを舞台に、ジョルソン演じる風来坊が旅を続ける話だが、リズムック・ダイアログによって歌が導入され、ナンバーによってプロットが進行する形式をとっている。しかし、公開後の批評においては、映画がとっている形式と全体の物語との間に、食い違いが生じてしまっていることが指摘されている。

この映画は、ヨーロッパのミュージカルのテクニックと、アメリカの内容の薄い物語との興味深い結合である。全編を通して聞かれる歌は、初期のトーキーでも成功

¹³⁴ Altman, *The American Film Musical* (Bloomington: Indiana University Press, 1987), pp. 141-177.

¹³⁵ “When the Music Tells the Story,” *Motion Picture Herald*, March 4, 1933, p. 11.

した、あのいつものアル・ジョルソン・スタイルで歌われている。フランク・モーガンとハリー・ラングドンの脇で多少はましになっているものの、歌にあふれた物語のハンディキャップは乗り越えられていない。¹³⁶

これらの言説から明らかになることは、1930年代初頭において、ミュージカル映画における統合の問題が取り上げられるのに加え、そこに物語設定の選択も関与してくるという点である。特に、上記の批評から単純にまとめるならば、当時のミュージカル映画の形式をめぐっては、統合型＝ヨーロッパ、バックステージ型＝アメリカという図式が成り立っていたといえるだろう。バックステージ型の行き詰まりが指摘される中で、1933年以降のミュージカル映画に求められていたのは、ヨーロッパ、あるいは統合型のテクニックを、同時代のアメリカという設定で、バックステージと離れていかに無理なく行うかであった。以下では、この両者が出会おうと考えられるマーク・サンドリッチの作品を分析する。

5.3. マーク・サンドリッチの初期作品

マーク・サンドリッチは、『コンチネンタル』(*The Gay Divorcee*, 1934)をはじめとして、『トップ・ハット』(*Top Hat*, 1935)、『艦隊を追って』(*Follow the Fleet*, 1936)、『踊らん哉』(*Shall We Dance*, 1937)、『気儘時代』(*Carefree*, 1938)と、アステアとロジャースがコンビを組んだミュージカル映画を5本監督している。サンドリッチが、これらのアステア／ロジャースの映画に携わる以前に、どのような映画を監督していたのかを見ることは、統合型ミュージカルの形成過程を明らかにする上で有意義であると考えられる。

マーク・サンドリッチは、1920年代末から映画監督となったが、同時期に映画界に入ったルーベン・マムーリアン、バズビー・バークレーらとは異なり、舞台監督や舞台振付といった演劇のキャリアを持っていない。コロンビア大学で物理学を学んだというのが、現在知られているサンドリッチの唯一の履歴であるが、1930年代にはRKOで先に挙げたアステア主演の映画を監督し、1940年代に入るとパラマウント社に移り、『スイング・ホテル』(*Holiday Inn*, 1942)、『ヒア・カムス・ザ・ウェイヴ (日本未公開)』(*Here Comes the Wave*, 1944)といったビング・クロスビー主演のミュージカル映画を監督し

¹³⁶ “Hallelujah I’m a Bum,” *The Film Daily*, January 27, 1933, p. 5.

ている。バークレーやマムーリアンのように、舞台の経験を踏まえて映画独自のテクニックを模索した例もあるが、サンドリッチのように、舞台あるいは音楽のバックグラウンドの全くない人物が、映画としてのミュージカルをどのように構成していったのかを見るのは興味深い。

サンドリッチは、ミュージカル映画においてプロットとナンバーをいかに統合させるかという点において意識的だった。アステア／ロジャースの映画を製作する際には、プロットの流れと並列させて、ナンバーにあたる音楽、歌、踊りを全体のどの部分に組み込むかを分析し、その詳細なチャートを作成している。例えば『コンチネンタル』のチャートに関しては、下記のような項目で、それぞれの要素が映画全体のどの位置を占めているのかを色別に明示することも行っている¹³⁷。

ホワイト	ストーリー (Story)
グレー	夜の場面 (Night Scenes)
オレンジ	挿入字幕 (Insert Titles)
ブルー	音楽 (Music)
グリーン	歌 (Singing)
レッド	ダンス (Dancing)
イエロー	新機軸 (Novelty)

アステア／ロジャースのミュージカル映画で行われたこのようなプロットとナンバーの統合は、これ以前にサンドリッチが監督した映画にはみられないものなのか、もしみられるとしたら、それは、『今晚は愛して頂戴ナ』や『四十二番街』といった同時期のミュージカル映画とどのように似て異なるものなのか。このような点から、以下にサンドリッチが監督した 1933 年の二本のミュージカル映画、『これがハリス』と『レビュー艦隊』について考察する。この二作品は、『これがハリス』が短編映画、『レビュー艦隊』が長編映画で、どちらも当時の人気ラジオ歌手だったフィル・ハリスを主演にしている。ここには、一般的にナンバーの単発的な取り込みが多くみられる短編映画から、より全体のプロットが重視される長編映画へという変化があり、かつ、ラジオの音声というモチーフが、プロットとナンバーの間の連関に果たす役割をみることができる。

¹³⁷ “The Gay Divorcee” Script Analysis, October 31, 1934, Mark Sandrich Collection, MHL.

5.3.1. 『これがハリス』(So This Is Harris!)

『これがハリス』は、1932年10月にベン・ホームズ、バート・グラネット、マーク・サンドリッチの名前で最終脚本が完成している¹³⁸。この短編映画は、現在フィルムが残っていないため、ここではこの最終脚本を元に作品分析を行う。

映画のあらすじをまとめると、以下ようになる。フィル・ハリスは、ハリウッドのナイト・クラブであるココナッツ・グローブの人気バンド・リーダー、歌手である。彼のラジオ番組は、毎晩女性たちを魅了し、カトレット家の場合も例にもれず、妻のドロシーはフィル・ハリスの大ファンである。夫のウォルターは妻をとりこにしているこのラジオ歌手が憎たらしくてならないが、ドロシーは笑ってウォルターの耳の後ろにキスをする。ある日、ウォルターはゴルフ・クラブで偶然フィル・ハリスと出くわす。しかし、ウォルターはハリスのことをラジオの歌声でしか知らないため、妻をとりこにしている宿敵とは知らずに、彼とゴルフ仲間になる。二人がゴルフ・コースを進む道すがら、カー・ラジオや蓄音機によって、常にフィル・ハリスの歌が流れてくる。ハリスの悪口を言い続けるウォルターに、ハリスは何も言わずに黙っているが、ハリスが無意識のうちに鼻歌を歌いだしたとたん、ウォルターは相手の正体を知る。ハリスがファンの女性からデートを申し込まれていることを話すと、ウォルターは自分が“フィル・ハリス”になってその女性＝リリアンの相手をしようと提案する。やはりラジオの歌声でしかハリスを知らないリリアンは、ウォルターをハリスだと思い込み、逆にハリスに自分と一緒に来た女友達の相手をしてくれるように頼む。このリリアンの女友達とは、実はウォルターの妻であるドロシーであり、彼らはお互いそのことを知らないまま、ダブル・デートをすることになる。リリアンの話から、ハリスの相手が自分の妻ではないかと怪しみだしたウォルターは、デートから帰ってきたハリスの耳の後ろに、口紅の跡がついているのを見て愕然とする。その夜、ウォルターが家に帰ってみると、ドロシーはすでにベッドで寝ている。寝言でフィル・ハリスの歌を歌っているドロシーを、心配そうに見つめるウォルター。何ヶ月かたち、ウォルターは病院の産婦人科の前で、落ち着かない様子で待っている。看護婦が赤ん坊を抱いて彼のところにやってくる。ウォルターが赤ん坊の顔を見て安堵の表情を浮かべると、ベビー・ベットに寝ている赤ん坊がそろってフィル・ハリスの歌をハミングする。ウォルターが看護婦と顔を見合わせたところで、映画が終わる。

あらすじからも分かる通り、映画の主演であり、かつ映画のテーマとなっているのは、

¹³⁸ “So This Is Harris!” Final Continuity, October 7, 1932, Ibid.

ラジオ歌手のフィル・ハリスである。フィル・ハリスは、当時“クルーナー”と呼ばれた男性ラジオ歌手の一人である。クルーナーは、1920年代末から1930年代初頭のラジオの急激な普及によって、特に女性の間でアイドル的な人気を博した男性歌手の総称であり、他の例ではルディ・ヴァリーやビング・クロスビーがいる。特に、この映画が製作された1933年前後には、クルーナーをはじめとしたラジオのスターが多く映画に出演するようになり、前年の1932年には、人気ラジオ歌手が総出演したパラマウントの『ラジオは笑ふ』が公開されたところだった。ラジオ・スターの出演する短編映画の成功が業界紙においても報告される中¹³⁹、新しいラジオ・映画スターとしてフィル・ハリスを売り出す映画の製作は、自然な流れであったと考えられる。

『これがハリス』においては、ラジオ放送という題材の特質を生かしたプロットとナンバーの統合の仕方がみられる。まず脚本には、ハリスが歌を歌っているナンバーの間に、映像で何を見せるのかということが、歌の歌詞に合わせて指示されている。例えば、冒頭のナイト・クラブでハリスが歌うナンバーは、ショット番号ごとに以下のように記載されている。

25 ココナッツ・グローブ ― 夜

音楽 クローズ・ショット：フィル・ハリスが歌っている。次の歌詞の間、ハリスに集中。

恋はおかしなもので避けられないもの
自分は大丈夫と想着いても
わたしにも、あなたにも

カット

26 ココナッツ・グローブ ― 夜

音楽 クローズ・ショット：男と女がブースに座っている。男が女にキスをしようとするが、女が逃げる。しかし、彼女はしだいに折れて承諾する。

¹³⁹ “Nearly All Radio Headliners Appear in Vitaphone Shorts,” *The Film Daily*, December 10, 1932, p. 8.

この間、次の歌詞が聞こえる。

避けるのが難しいと思ったら
流れにまかせてキスもされよう

カット

(注記：次の三つのショットの間、音楽が聞こえ、「わたしにも、あなたにも」の歌詞の部分でフィル・ハリスが歌っているのが聞こえる。) ¹⁴⁰

この注記のあと、ナイト・クラブのブースに座っている三組のカップルの様子が、歌詞の内容に合わせて同様に記載されている。このように、映画の最初のナンバーは、その間の音声にあたるフィル・ハリスの歌声と、その歌を聞いているナイト・クラブの人々の様子という映像が互いに補完し合うようになっている。このナンバーは、プロットを進行させる役割はないが、ハリスが歌っている間はカメラがハリスに集中したままという、映像と音声が同じものを提示する状態を意識的に避けていることが分かる。また、このナンバーにおける歌は、そこで映されている映像に対するヴォイス・オーバーと捉えることも可能であり、実際、この後ココナッツ・グローブに集まる映画スターを紹介する短編映画が多く製作されるが、そこではスターが映っている映像に、バンド・リーダーがマイクに向かって解説する声を重ねる手法が多くとられている。

また、このナンバーがナイト・クラブでの演奏であり、かつそれがラジオで生放送されているというプロットの設定は、音楽に合わせた空間の移動を容易にしている。このナイト・クラブのシーンは、そのままこの演奏をラジオで聴いているカトレット家の居間へと続いている。カトレット家のウォルターとドロシーの会話の間、このラジオ番組の音楽がバックに流れていることが指示されている。マムーリアンが監督した『今晚は愛して頂戴ナ』においては、モーリス・シュバリエが歌った「ロマンチックじゃない？」

(Isn't This Romantic) の歌が、モーリスから顧客へ、顧客からタクシーの運転手へ、運転手から作曲家へ、作曲家から軍隊へ、軍隊からジプシーへ、ジプシーからジャネット・マクドナルドへと伝わっていき、その一つの歌が歌われる間、場所もパリのモーリスの仕立屋から郊外のジャネットの城へと移動した。『これがハリス』におけるラジオ放送は、歌のナンバーを基点にした空間の移動を、より現実的に無理のない物語の展開と

¹⁴⁰ "So This Is Harris!" Final Continuity, October 7, 1932, Ibid.

して可能にしている。

『これがハリス』においては、ラジオで放送される歌という設定以外に、歌や音楽のナンバーがみられることもある。特に、フィル・ハリスがゴルフ・コースに向かうシーンでは、映画の主題歌ともなる「これがハリス」(So This Is Harris)の音楽が台詞として繰り返される。

62 カントリークラブの外 ― 昼

音楽 フル・ショット：集団：皆でそろって

集団

これがハリス！

(ここで音楽が繰り返され、「これがハリス！」の部分で強調される。)¹⁴¹

さらにこの後、ホテルのメイドやタクシーの運転手が、ハリスが通り過ぎるたびに「これがハリス！」という台詞を音楽に合わせて繰り返すことになる。脚本を見る限り、このシーンは、『今晚は愛して頂戴ナ』において、モーリスの身分が男爵ではなく仕立屋であることが分かり、城中の召使が噂話をするナンバー「彼はただの仕立屋」(That Son of a Gun Is Nothing but a Tailor)に類似している。このナンバーは、舞台やラジオの上演という理由付けを離れて、“リズムック・ダイアログ”として展開されるものであり、プロットを進行させるナンバーということができる。サンドリッチ監督／ハリス主演の次回作『レビュー艦隊』では、より多くのシーンでこのテクニクが使われることになる。

この短編映画『これがハリス』は、1933年1月にニューヨークのラジオ・シティで公開され、その次の日の広告においては、「昨日ロキシー劇場で話題をさらった、三リールの新機軸」として紹介された¹⁴²。また、『フィルム・デイリー』の批評においても、ナンバーとプロットの統合のさせ方を次のように評価している。

三リールの斬新なミュージカル・スキットは、ハリウッドのココナッツ・グローブ

¹⁴¹ Ibid.

¹⁴² Advertisement for “So This Is Harris,” *The Film Daily*, January 28, 1933, p. 7.

のオーケストラ・リーダー、またクルーナーであるフィル・ハリスを主演にしている。アクションの大部分は音楽や歌と同調しながらリズムカルなテンポで行われる。ハリスのポップ・ナンバーの一つが主題歌のように使用され、多くの場面でリズムカルな動きのバックグラウンドとして機能している。(中略) コメディ良し、テンポ良し、セット良し、そして音楽・歌とアクションのユニークな結合のさせ方によって、映画全体が素晴らしいミュージカルの新機軸になっている。¹⁴³

この映画は、単なるナンバーの連結に終わりかねない短編映画というカテゴリーにおいて、しっかりしたプロットと、エルンスト・ルビッチを思わせるセクシャルなギャグを含んでいる。特に、人違いというモチーフは、『コンチネンタル』、『トップ・ハット』といった後のアステア／ロジャースの映画にも頻繁に用いられるものである。この映画は、1933年のアカデミー短編映画賞を受賞したため、サンドリッチは短編映画から長編映画の監督に昇格、同じくフィル・ハリス主演で長編映画『レビュー艦隊』が製作されることになる。

5.3.2. 『レビュー艦隊』 (*Melody Cruise*)

この映画は、『処女航海』 (*Maiden Cruise*) というワーキング・タイトルで、マーク・サンドリッチとベン・ホームズによる最終脚本が 1933 年 3 月に完成している¹⁴⁴。公開時の映画のタイトルは『レビュー艦隊』 (*Melody Cruise*) に変更されており、歌手であるフィル・ハリスの出演と合わせて、音楽との関連を強調していることが伺える。以下にあらすじをまとめるが、プロットはフィル・ハリス演じる金持ちのプレイボーイ、アランと、チャールズ・ラグルズ演じる恐妻家の友人ピートのやりとりを中心に進められる。

アランとピートは、ニューヨークを出発する豪華船にのって、盛大なパーティーを開いている。アランは、ピートの浮気遍歴を仔細に書いた手紙を作り、ピートは酔った勢いで手紙にサインしてしまう。独身を貫くことを決心したアランは、自分が結婚するまでは開けないという条件つきで、その手紙をピートの妻グレースに送る。次の朝、船が出発してからその事情を知ったピートは、アランに決して結婚しないように約束させる。さらにピートは、アランと乗客のエルサが会っているのを知ると、ボーイのヒッキーを

¹⁴³ “So This Is Harris,” *The Film Daily*, January 28, 1933, p.14.

¹⁴⁴ “Maiden Cruise,” Revised Final Script, March 6, 1933, Ibid.

雇って二人の仲を壊そうとする。アランのことを心配する一方で、ピートは自分の船室にパーティーに来ていた若い女性二人がそのまま居残ってしまったことを発見する。二人と一緒にいるところを、妻の友人のポット夫人に甲板で偶然みつかってしまったピートは、二人を自分の“姪”だといってポット夫人に紹介する。ポット夫人は知人の女性ローリーと旅行中であり、ローリーの船室にアランが間違っただけで入ったことで、二人は偶然出会う。二人は惹かれあうが、ピートから命じられているヒッキーの策略により、ローリーはアランがエルサの部屋に入っていくところを目撃する。船がカリフォルニアに到着すると、アランは自分とエルサの仲が終わったことを告げようとするが、ローリーは怒ったまま去っていく。アランはローリーを追ってことの次第を説明し、結婚を申し込む。一方、ピートの妻グレースは、ポット夫人から旅行中の夫とその“姪”についての話をきいていた。ピートは家に帰ってきてから妻宛の例の手紙を燃やしたつもりでいたが、ピートの行動を予想していたグレースは、アランとローリーが新婚旅行に出発するのを見送った後、本物の手紙を取り出して読み始め、ピートはその横で縮みあがって小さくなる。

このあらすじからも分かるように、フィル・ハリスは歌手であるという物語上の設定はなく、実際にハリスが映画の中で歌うのは二回のみである。物語の主演は、ハリスよりもむしろチャールズ・ラグルズ演じるピートであり、彼が妻に手紙を読ませまいとする行動の数々が、全体のプロットを進めて行くことになる。独身のアランと既婚のピートの友人関係があり、それぞれがパートナーであるローリー、グレースと付いたり離れたりという物語の設定は、後に『トップ・ハット』でフレッド・アステアとエドワード・エヴェレット・ホートンが演じる関係に引き継がれている。

『レビュー艦隊』では、主演で、かつ歌うことが期待されるはずのハリスによって導入されるナンバーが極力抑えられている。この映画には、例えば『四十二番街』で描かれる舞台上演のような、大規模なミュージカル・ナンバーはほとんどない。その代わり、映画の最後の10分間にナンバーが集中している『四十二番街』とは違い、『レビュー艦隊』では全体を通して定期的に音楽に合わせたアクション、編集の工夫がみられる。例えば冒頭では、豪華船の船室を予約する人々の台詞が、バックに流れている音楽に合わせて話され、カウンターに横並びに並んでいる彼らをカメラがパンしながら捉える。また、人々が船に乗り込むシーンでは、映像に対する音声が音楽と効果音のみとなり、その音楽に合わせた人々の足の動きが映される。後のアステア／ロジャースの映画でいえば、『踊らん哉』において、ガーシュインの音楽に合わせて、甲板の上を歩くアステアとロジャースの足が映される場面に、同様のテクニックが生かされている。

『レビュー艦隊』においては、このような統合型の手法が用いられるのと同時に、バックステージ型特有のナンバーからの影響もみられる。『レビュー艦隊』において特徴的なのは、『四十二番街』などの同時期のミュージカル映画で流行していたコーラス・ガールを主体としたナンバーが、舞台上演としてではなく、プロットを進行させる形で組みこまれていることである。船がニューヨークを出発した後、フィル・ハリス演じるアランが甲板を散歩していると、船中の女性たちが彼をみてうわさ話をするナンバー、「彼は結婚するタイプじゃない」(He's Not the Marring-Kind)がある。ここでは、一人がハリスを見ながら「若くていい男がいるわ」と言うと、もう一人が「でも、彼は結婚するタイプじゃない」と答えるやりとりが繰り返される。この会話は音楽に合わせて行われ、「彼は結婚するタイプじゃない」の部分のたびに、それを言っている女性の顔がカメラに向かってクローズアップで映される。それはちょうど、バズビー・バークレーが手がけた『ゴールド・ディガーズ』の「お金の中で」(We Are in the Money)のナンバーにおいて、コーラス・ガールの顔が一人一人アップになっていく演出と似ている。『レビュー艦隊』では、彼女たちに台詞を与えることで、映像で映される内容はコーラス・ガールと同じであっても、ナンバーがプロットの進行を促すようになっている。

『レビュー艦隊』におけるマムーリアン、バークレーの双方の影響は、より安直な形で次の二つのナンバーにも見受けられる。一つは、アランが甲板でローリーに向かって歌う「恋のための夜」(Isn't This a Night for Love)のナンバーで、アランがこの曲を歌い終わると、同じ船に乗っている別の人々が、この歌をフランス語で歌い、さらに別の集団がドイツ語、その次にスペイン語、というように繰り返される。これはもちろん、『今晚は愛して頂戴ナ』の「ロマンチックじゃない？」(Isn't This Romantic)のナンバーで、歌が鼻歌から軍隊マーチへと波及していくものの模倣である。ある一つの歌を、別の歌手によって何度か繰り返す手法は、サンドリッチが監督したアステア／ロジャースの映画、『コンチネンタル』における「コンチネンタル」(Continental)のナンバーにおいてもみられる。

もう一つは、『レビュー艦隊』における唯一のダンス・ナンバーとして、アランとローリーがアイス・スケートをするものである。二人の周りに、別の男女のカップルが加わるが、彼らが輪を描いて踊る様子が、音楽に合わせて提示される。男女は男が黒、女が白という衣装で、俯瞰ショットによって円形の白と黒のコントラストを見せている。バズビー・バークレーの振付をそのまま思い起こさせるこのナンバーでは、それでも途中途中にアランとローリーの二人のクローズアップを挿入し、物語の主役である二人がこのスケートを楽しんでいる様子を見せる。サンドリッチはアステア／ロジャースの映画

においても、特に『コンチネンタル』と『トップ・ハット』においては、男女の集団による白と黒のダンス・シーンを組み入れている。

『レビュー艦隊』は1933年6月に公開され、当時の批評においては次のように評価された。

夏のエンターテイメントとして、この軽いミュージカル・コメディ・ロマンスは最適である。アイディアは斬新で、構成と提示の仕方には際立った特徴がある。ショーは非常に華やかで、音楽はなじみやすく、セットも現代的で豪華である。かわいい女の子たちが映画に華をそえている。独特のカメラ・ワークによって作品の価値が高められ、会話、歌詞、音楽の中の連続する台詞を、さまざまな集団、個人、さらには船のモーターにまで完璧なリズムで移していく斬新なアイディアは、間違いなく観客の興味をひくだろう。¹⁴⁵

このように、『レビュー艦隊』では、マムーリアン式の統合型のテクニックと、バークレー式のコーラス・ガールの振付の双方の影響が見受けられる。中でも、コーラス・ガールの要素を、舞台上演で提示する純粋なスペクタクルとしではなく、“リズムック・ダイアログ”を語る集団としてプロットの中に取り入れた点に特徴がある。アステア／ロジャースの映画では、これら集団のスペクタクルがアステアとロジャースのダンスに集約され、それらのダンスのナンバーがプロットの進行を促すことになる。

5章の考察から分かるように、マーク・サンドリッチの作品にみられるミュージカル映画の手法は、特に斬新な目新しいものであったわけではない。そこで行われているのは、ナンバーのプロットへの統合をより自然に行おうとするものであり、その点に関してはルーベン・マムーリアンなどの映画の強い影響がみられる。一方で、同時期のバズビー・バークレーからの模倣もみられるが、コーラス・ガールという集団のスペクタクルをプロットの進行に使うといった、マムーリアンとバークレーのスタイルの融合が行われている。

『これがハリス』の場合には、ラジオを音源とする音声の使用に対し、映像の内容を対比させることで、その間に物語を進行させていた。また、同じラジオの音声を通して、それを聞いている別の空間の人物たちをつなぐことも可能となった。同年に製作された

¹⁴⁵ “Melody Cruise,” *Motion Picture Herald*, June 3, 1933, p. 36.

『レビュー艦隊』の場合は、物語上音声の音源を直接ラジオに設定してはいないものの、同様の手法がミュージカル・ナンバーを導入する方法として使用され、ナラティブとの統合を促している。次の 6 章では、マーク・サンドリッチが『レビュー艦隊』の翌年に監督した『コンチネンタル』を考察し、一見ラジオと全く関係ないと思われるこの映画に、ミュージカル映画としてどのような共通点が見いだせるのかを考察する。

6. 舞台劇を脚色した映画

III 部の最後にあたる 6 章では、前の二つの章の内容を踏まえ、一見ラジオとは全く関係のないと思われる映画が、同時代のラジオの影響、あるいは、ラジオを扱っている映画の特徴と照らし合わせたときに、どのように見えてくるかを再検討する。具体的には、映画『コンチネンタル』の舞台から映画への脚色の問題を扱う。通常この映画は、ミュージカル映画のジャンルにおいて、フレッド・アステアとジンジャー・ロジャースのダンス・コンビを決定付けた作品として取り上げられる。アステアとロジャースは、前年の『空中レビュー時代』によって初めてコンビを組むが、この映画の場合あくまでも脇役であり、『コンチネンタル』によって初めて主演を演じることになった。その後、1939 年までの間に RKO で二人がコンビを組んだ映画は全九作になる。コンビの代表作である『トップ・ハット』の内容が、『コンチネンタル』とほぼ同じことから分かるように、『コンチネンタル』はその後の二人のコンビ作の基礎を作ったともいえる。このような事情から、この映画の作品分析は、まずアステア／ロジャースというシリーズの他の作品との比較から行われる¹⁴⁶。また、映画におけるミュージカル・ナンバーの性格から、コンビのダンスをロング・ショット、ロング・テイクで見せるアステア／ロジャースの映画と、同時期にワーナー・ブラザーズで製作された、コーラス・ガールを様々なアングルから編集を駆使してみせるバズビー・バークレーの映画と比較するもの、さらに、アステア／ロジャースの映画にみられる物語構造に注目し、同時期の他の映画ジャンル、特にスクリーンボール・コメディとの関連から考察するものもある¹⁴⁷。

しかし、『コンチネンタル』だけ取り出してみるならば、この映画はニューヨークとロンドンでヒットした舞台劇の映画化作品とすることができる。オリジナルの舞台劇は、主演のフレッド・アステアが舞台からハリウッドに移る前に演じた最後の舞台公演であり、当時の代表的なポピュラー・ソングの作曲家であるコール・ポーターが歌をつけたミュージカル・コメディである。1932 年末に舞台劇がブロードウェイで初演されてから、ほぼ一年後のロンドン公演が行われている間にハリウッドで映画化が検討され始め、さ

¹⁴⁶ アステア／ロジャースのコンビの映画を詳細に論じたものとしては、Arlene Croce, *The Astaire & Ginger Rogers Book* (New York: Dutton, 1972); Hannah Hyam, *Fred and Ginger: The Astaire-Rogers Partnership 1934-1938* (Brighton: Pen Press, 2007).

¹⁴⁷ Altman, *The American Film Musical*, p. 167.

らに一年後の 1934 年末には映画が公開されている。このように、舞台劇が映画化されるまでの期間は比較的短いが、映画の『コンチネンタル』はオリジナルの舞台劇の忠実な脚色なのか、あるいは大幅に変更されているのか。また、この映画はいわゆる統合型のミュージカルの先駆けであるとする見方もあるが、物語とミュージカル・ナンバーの統合性は、オリジナルの舞台劇からみられたものなのか、それとも映画によって促進されたものなのか。6 章では、映画『コンチネンタル』をめぐって、原作となった舞台劇との比較を詳細に行うことにより、1930 年代初頭における舞台から映画への脚色の一例を提示する。そこには、まず映画のトーキー化に影響を受けた舞台側の変化があり、さらに、物語と歌で構成されるミュージカルというジャンル特有の脚色の問題、映画製作における自主規制の介入といった問題点が見出されるはずである。

6.1. 舞台 『陽気な離婚』 (Gay Divorce)

6.1.1. 舞台劇の背景と人材

1932 年の舞台劇『陽気な離婚』が公演された当時の背景をみておこう。この舞台劇には、トーキー映画以降の舞台のミュージカル・コメディの特徴と、大恐慌の影響が色濃くみられる。まず、『陽気な離婚』が公演された 1932-33 年のシーズンは、ニューヨークのブロードウェイにおいてどのような年だったのか。ブロードウェイにおけるプロダクションの数の推移をシーズンごとにみていくと、次のようになる¹⁴⁸。

シーズン	全体	正劇 (ドラマ)	ミュージカル・コメディ	レビュー
1926-27	264	163	31	7
1927-28	278	155	32	14
1928-29	224	141	23	9
1929-30	249	156	18	8
1930-31	197	124	17	11
1931-32	196	134	16	7
1932-33	180	109	10	8

¹⁴⁸ 『ニューヨーク・タイムズ』で毎年 6 月に発表されるシーズンごとの舞台プロダクションの統計からまとめた。New York Times, June 5, 1927; June 3, 1928; June 2, 1929; June 15, 1930; June 7, 1931; June 5, 1932; June 4, 1933.

1920年代後半から1930年前半のプロダクションの本数を見ていくと、全体の本数がまず減ったのは、1928-29年であることが分かる。これは映画のトーキー化に際して、劇作家や俳優といったブロードウェイの人材がハリウッドに移ったためと考えられる¹⁴⁹。しかし、プロダクションの本数が大幅に減るのは、大恐慌が始まった1930-31年のシーズンからであり、『陽気な離婚』が公演された1932-33年のシーズンは、中でもミュージカル・コメディの数が大きく減った年であった。

この大恐慌の時期には、プロダクションの数の減少の他に、プロダクション自体の性格の変化がみられた。例えば『陽気な離婚』の特徴としてまず挙げられるのは、それが当時の批評などにおいて「インティメート・ミュージカル」(intimate musical)と称されることである。本来インティメート・ミュージカルとは、1930年代初頭からみられるようになった新しい形式のレビューを指して使われた。ジークフェルド・フォリーズなど、大掛かりな舞台とコーラス・ガールによる華麗なスペクタクルを売りとするレビューは、1910年代から盛んになり、1920年代末にはその規模とヴァリエティー共にピークを迎える。映画におけるサウンド・システム導入前後の1927-28年シーズンは、舞台において特にレビューのプロダクションの数が多かった年であるが、初期のトーキー映画で舞台のレビュー・シーンがしばしば登場するのも、このような流行が背景にある。

無声映画の隆盛とほぼ時期を一にしているスペクタクル重視の舞台のレビューは、トーキー映画の普及と大恐慌における経済的な制約の中で、1920年代末から性格を変えていく。トーキーの登場により、ハリウッドがブロードウェイの舞台が持つ華やかなスペクタクルを、音と映像の双方によって、場合によってはカラーやワイド・スクリーンを使いながら、より安い値段で提供するようになった。代わって本場ブロードウェイのレビューは、お金に任せたスペクタクル性よりも、より小規模な、歌の歌詞やコメディのスキットの方に重点を置いたものになっていく。キーワードとしてよく登場するのは、“洗練された”(sophisticated)であり、想定する観客層も、万人向けというよりは、知的な大人といった、より限定されたものになる¹⁵⁰。この流行の先駆けとしてしばしば挙げられるのは、1929年の『リトル・ショー』(*The Little Show*)であり、その他には、フレッド・アステアが姉のアデルとコンビで出演した1931年の『バンド・ワゴン』(*The Band Wagon*)、アーヴィング・バーリンが作曲した1933年の風刺物レビュー『アズ・

¹⁴⁹ 例えば以下のような記事から、この時期のトーキーによる舞台への影響が分かる。“Song Writers Flock to Hollywood,” *Motion Picture News*, September 29, 1928, p. 999; “Talkies Close Broadway Legits,” *Motion Picture News*, November 17, 1928, p. 1513; “Stage and Screen Compete for Writers,” *Motion Picture News*, December 29, 1928, p. 1943.

¹⁵⁰ Larry Stempel, *Showtime: A History of the Broadway Musical Theatre* (New York: W.W. Norton, 2010), p. 215.

サウザンズ・チア』(*As Thousands Cheer*) などがある。

本来レビューに対して使われていたインティメート（小規模な、親密な）の名称は、ミュージカル・コメディの分野においても使われるようになる。例えば、『陽気な離婚』は当時の新聞記事において次のように紹介されている。

ミュージカル・レビューに使われるインティメートの名称は、もはや目新しさや奇抜さを意味しない。本来この言葉は、スマートで洗練された、しかし見えを張らないレビューを指すのに使われ、『リトル・ショー』から始まって次々と同じアイディアのレビューが続いた。(中略) しかし、インティメートなミュージカル・コメディとはまた別のものであり、『陽気な離婚』はまさにその一つである。脚本を担当したドワイト・テイラーは、ストレートなコメディを念頭にしてこの劇を書いた。プロデューサーはこの脚本がミュージカル・コメディに適した題材であることを悟り、ケネス・ウェッブとサミュエル・オフステインに脚色を依頼した。この劇をお決まりの派手なショーにせず、スマートでインティメートなままミュージカル・コメディに脚色することはできるか？彼らはそれを見事にやってのけたようである。さらに、このような小規模で仰々しくない企画に歌をつける人物が必要であり、ここで作曲家のコール・ポーターが呼ばれた。¹⁵¹

上に上げられている人材を見ていくと、まずオリジナルの脚本を書いたドワイト・テイラーは、著名な舞台女優であったローレット・テイラーの息子であり、後にアステア／ロジャースのコンビの映画『トップ・ハット』、『艦隊を追って』の脚本も担当している。テイラーの脚本から、ミュージカル・コメディへの脚色を行った一人であるサミュエル・ホフマンは、同時期にはパラマウント社のシュバリエ／マクドナルドのオペレッタ映画『今晚は愛して頂戴ナ』の脚本も手がけている。『今晚は愛して頂戴ナ』は、当時のブロードウェイの作詞・作曲家のコンビとして知られていたローレンツ・ハートとリチャード・ロジャースが映画オリジナルのスコアをつけた作品であるが、ルーベン・マムリアンの監督により、歌のナンバーが全体の物語を進行させる点で斬新だったことで知られる。例えば、リック・アルトマンは『今晚は愛して頂戴ナ』と『コンチネンタル』を「おとぎ話のミュージカル」(Fairy Tale Musical) として同じカテゴリーにまと

¹⁵¹ “New York Producers Don’t Wait for New Haveners to Visit,” *New Haven Register*, November 20, 1932.

めているが¹⁵²、両者の脚本に同一の人物が関わっていることは興味深い。

『陽気な離婚』の歌を担当したコール・ポーターは、当時のアメリカの代表的なソング・ライターであり、このミュージカル・コメディでヒットしたナンバー「夜も昼も」(Night and Day)は、1946年に製作されたポーターの伝記映画のタイトルにもなっている。ポーターは、アーヴィン・バーリン、ジョージ・ガーシュインといったニューヨークのユダヤ系移民の多いティン・パン・アレーの作曲家の中では珍しく、アメリカ中西部出身でイエール大卒の学歴を持つインテリであり、家庭が裕福だったことから、パリなどヨーロッパに滞在することが多かった。1928年のミュージカル『巴里』(Paris)によってブロードウェイの作曲家としてデビューし、1929年の『五千万人のフランス人』(Fifty Million Frenchmen)の成功によって名を知られるようになる。これらのショーのタイトルが示唆するように、作品はヨーロッパとの関連が強く、本人がゲイであったことも加わって、ポーターの作詞した歌の歌詞も性的に開放された際どい内容のものが多く、ポーターは、同時期のイギリスの作家であるノエル・カワードと比較されることが多く¹⁵³、二人は1930年代の洗練されたコメディを代表する顔になっている。実際ノエル・カワードのコメディは、同時期にハリウッドでも『夫婦戦線』(Private Lives, 1931)、『生活の設計』(Design for Living, 1933)が映画化されている。無声映画のセックス・コメディを語るときにエルンスト・ルビッチの名前が挙げられるとすれば、ミュージカル・コメディの分野ではコール・ポーターの名前が、洗練されたヨーロッパ風の開放された気風を思い起こさせるものとして挙げられるだろう。

最後に、『陽気な離婚』の主演を演じたフレッド・アステアの実在も重要である。フレッド・アステアは、幼い頃から姉のアデルとコンビを組んでヴォードヴィル、ブロードウェイの舞台を踏んでいた。二人が主演した1920年代の『レディー・ビー・グッド』(Lady Be Good)、『ファニー・フェイス』(Fanny Face)などはロンドンでも公演され、アステア姉弟はイギリスにおいても人気を博す。彼らが最後にコンビで出演したのは、1931年の『バンド・ワゴン』であり、このインティメートなレビューにおいてアステアのダンスは大きな割合を占めていた¹⁵⁴。しかし、その後アデルがイギリス人公爵と結婚したため、フレッド・アステアは単独でのキャリアを模索することになり、『陽気な離婚』はアステアが姉とのコンビを解消して初めて出演する舞台だった。フレッド・アステアのトレード・マークであるトップ・ハットと燕尾服のスタイルに、彼のイギリスでのキャ

¹⁵² Altman, *The American Film Musical*, pp. 141-177.

¹⁵³ 例えば、二人を比較して論じたものでは、Stephen Citron, *Noel and Cole: The Sophisticates* (New York: Oxford University Press, 1993).

¹⁵⁴ Stempel, p. 216.

リアも重なり、当時の言説においてもアステアからイギリス人を連想することは容易であったようである¹⁵⁵。後のジーン・ケリーがよりマッちょな労働者階級のアメリカ人を体現しているとすれば、アステアはアメリカ人であるとはいえ、より洗練されたイギリスの貴族階級を思わせる風貌があり、1930年代初頭のインティメートなミュージカルの主演として適していたといえる。このように、『陽気な離婚』は関わった人材からもヨーロッパ、特にイギリスとの強い関連があり、「大人向けのエンターテインメント」¹⁵⁶として宣伝されることになる。

6.1.2. 舞台劇の内容

では、実際の舞台劇の内容はどうだったのか。映画版と比較しながら詳しくみていこう。まず、このミュージカル・コメディは、ドワイト・テイラーの三幕ものの戯曲を元にして¹⁵⁷。簡単にあらすじをたどるならば、ロンドンに滞在する小説家のガイは、先日友人宅のパーティーで出会ったミミのことが忘れられないでいる。ガイの友人で弁護士のエグバードは、ちょうど離婚訴訟を手がけることになり、依頼人の女性が夫から離婚の承諾を得る必要があることから、その女性がホテルで“特派員”であるジゴロと一晩過ごすことを計画する。エグバードに誘われたガイは、行った先のホテルでミミと再開するが、ミミは実はエグバードが手がけている離婚訴訟中の女性だった。アメリカ人の女友達ホーテンスを連れ立ってホテルに来ていたミミは、離婚が成立するまでガイに事情を説明するのを避け、彼に対して冷たい態度をとっていたが、ひょんなことからガイが離婚のためにやとわれたジゴロだと勘違いする（1幕）。ガイに対する失望から態度が一変したミミを見て、彼女のホテルの部屋に招かれたガイは困惑する。そんな中、エグバードに雇われた正式なジゴロ、トネッティが登場し、事情をやっと理解したガイとミミは、トネッティに監視されながら一晩を過ごすことになる（2幕）。翌朝、3人が部屋で朝食を取っているところへ、エグバードがミミの夫を連れてくる。夫はトネッティ、さらにはガイを見ても、それがミミの愛人であることを信じようとせず、これを理由に離婚する気はないという。そこへ、朝食を給仕していたホテルのウェイターが現れ、ミミの夫が愛人を連れてしばしばこのホテルに滞在していたことを暴露する。晴れて夫に離婚を宣言したミミは、ガイとの結婚を約束するのだった（3幕）。

¹⁵⁵ 例えば、ファン雑誌における『コンチネンタル』の批評では、アステアを「スマートで上品、洗練された彼は、その世界一を誇るイギリスへのアメリカからの挑戦」としている。“The Gay Divorcee,” *Photoplay*, December 1934, p. 56.

¹⁵⁶ “The Classiest Musical in Town,” *Daily News*, December 1, 1932.

¹⁵⁷ Dwight Taylor, “The Gay Divorce: A Comedy in Three Acts,” Typescript, NYPL.

このテイラーの戯曲にコール・ポーターの歌が加わったミュージカル・コメディは、2幕構成になっている。歌のナンバーは全部で10本あり、舞台脚本は以下のような構成になっている¹⁵⁸。(○は歌のナンバーを指す)

1幕1場：ガイのロンドンの家。6月の午後。

ガイ、エグバード登場。恋わずらいのガイに浜辺のホテルでの休養を誘うエグバード。ミミからの連絡がないガイは、彼女がいなくなった後の空虚な気持ちを歌う。

○「君の後は誰が」 *After You, Who?* (ガイ)

1幕2場：海辺のホテル。次の日。

泊り客バーバラを中心とした若い女性客が、宿泊している男性客のうわさ話をしている。アメリカ人との結婚に憧れる友達の一人に、バーバラは夫よりも愛人の方がいいことを話す。

○「どうして結婚するの」 *Why Marry Them?* (バーバラと女性客)

ガイとエグバードがホテルに到着。彼らの女性客との会話が続き、中でもエグバードはバーバラと意気投合、浜辺の潮風が情事を誘う様子を歌う。

○「潮風」 *Salt Air* (エグバード、バーバラと女性客)

しばらくすると、ミミとホーテンスもホテルに到着。アメリカ人のホーテンスとイギリス人のウェイターの間で言葉の違いをめぐる会話が続き、ホーテンスは愛国心をかきたてられ、アメリカを懐かしむ。

○「私はそれでも赤と白と青が好き」 *I Still Love the Red, White and Blue* (ホーテンス)

エグバードはミミと面会すると、彼女にジゴロとの出会いの段取りを説明し、彼との合言葉として、「偶然は道化の名をした運命」(*Chance is the fool's name for fate*)というガイの小説の一節を教える。その後、ミミとガイはホテルで再開することになるが、ミミの事情を知らないガイは、ミミがなぜつれなくするのか分からず、毎日彼女を思っていたことを伝える。

○「夜も昼も」 *Night and Day* (ガイとミミ)

ガイに自分が結婚していることを伝えられず動揺したミミは、その場をあわてて去る。そこへ、エグバードに雇われたトネッティが登場し、エグバードから手はずを伝えられる。この手の道のプロとしての誇りを持つトネッティは、バーバラら女性客にロマンスが順調か聞いて回る。

¹⁵⁸ Dwight Taylor, "Gay Divorce," Mimeo Script, Dwight Deer Wiman Papers, NYPL.

○「あなたのロマンスはいかが」 **How's Your Romance?** (トネッティと女性客)

やっとミミをみつけたガイは、こうやって再び出会えたにも運命だと、「偶然は道化の名をした運命」という自分の小説の一説をミミに言う。これをエグバードから教わった合言葉と勘違いしたミミは、ガイが当のジゴロなのだと確信し、夜自分の部屋に来るようにと部屋の鍵を彼に渡して去っていく。残されたガイは、驚きと困惑の中で立ちすくんだまま、1 幕が終わる。

2 幕 1 場：ミミの部屋。その夜。

ミミの部屋には、エグバードから“目撃者”としての役割を頼まれたバーバラと他の女性客が、メイドに扮してベッドを点検している。部屋に入ってきたウェイターは、彼女たちをメイドとして教育しようとするが、イギリス王子とのダンスに話を沸かす彼女たちに、ウェイターはイギリスの将来を案じる。

○「イギリスはどうなる？」 **What Will Become of Our England?** (ウェイターと女性客)

ミミはガイがジゴロであったことに対するショックを隠せないが、ホーテンスは離婚のために事を早く済ませてしまうように諭す。部屋におそろおそろ入ってきたガイは、ミミから一晩お互い離れて過ごすことを言い渡され、ますます困惑する。ガイを咎めるミミだが、理由も分からず謝るガイにミミはしだいに心を許していく。

○「君を心にとめて」 **I've Got You on My Mind** (ガイとミミ)

その頃、エグバードは部屋の外でいまだ任務についていないトネッティを発見し、部屋に急ぐよう伝える。部屋に入ってきたトネッティを見つけ、彼の素性を問いただすガイに対し、ミミは自分が離婚のためにジゴロを待っていたことを白状する。ここで初めてガイは自分がジゴロと勘違いされていたことに気づき、友人のエグバードが担当している女性がミミであったことを知る。事情を理解したガイはトネッティを追い出そうとするが、トネッティは仕事は仕事と動じない。協議の結果、3 人は一緒に部屋で一夜を明かすことになり、二人きりになりたいガイとミミを横目に、トネッティはイタリアの妻と子供の自慢話に花をさかせるのだった。

2 幕 2 場：ホテルの廊下。その後。

オープニングには、「君を心にとめて」のナンバーに合わせて、女性客たちがタップ・ダンスを踊り、ウェイターは彼女たちに静かにするように注意する。ミミの様子が気になってしかたがないホーテンスは、部屋の前の廊下に居座り、夫婦生活の困難を歌う。

○「フィッチ夫妻」 **Mr. and Mrs. Fitch** (ホーテンス)

2 幕 3 場：ミミの部屋。翌朝。

ガイとトネッティは、ウェイターのノックの音で目がさめる。トネッティはガイが抜け駆けしないように、ガイの足と自分の足を紐でしばって寝ていたのだ。ミミが頼んだ朝食を食べながら、トネッティはガイとミミの将来を祝福する。

○「恋をして」 *You're In Love* (ガイとミミとトネッティ)

3 人が朝食を食べているところへ、エグバードが登場し、ミミの夫を目撃者として連れてきたと話す。あわてて適切な“現場”を演出しようとする 3 人だが、ミミの夫は信じようとしなない。そこへ朝食を片付けに来たウェイターが登場し、ミミの夫が別の女性とホテルに滞在していたことを暴露。事件が片付いた後、それぞれが荷造りをしながら音楽に合わせて退場する。

以上の脚本のあらすじからも分かるように、舞台劇では映画版と違い、ホテルの他の女性客としてコーラス・ガールが度々登場する。コーラス・ガールのナンバーは劇中に三箇所あり、それぞれの衣装に関しては、1 幕の「潮風」のナンバーにおいては水着、2 幕 1 場の「イギリスはどうなる？」のナンバーではメイドの制服、2 幕 3 場冒頭の「君に心をとめて」のナンバーでは色違いのネグリジェを着るようにとの指示がある¹⁵⁹。また、当時の舞台写真¹⁶⁰を見る限り、ホテルの女性客を演じるコーラス・ガールは 14 人で、特に浜辺の水着を着るナンバーの演出は、映画版のそれと類似していることが分かる。さらに、主役のキャストに関していえば、ガイを演じたフレッド・アステアに対して、クレア・ルースが相手役のミミを演じた¹⁶¹。舞台写真のみから二人が踊ったダンスの振り付けを知るのは難しいが、例えば「夜も昼も」のナンバーにおける最後のポーズや、ホテルの部屋で二人が踊るテーブル上のダンスなど、舞台から映画にそのまま取り入れられた振り付けがあることが伺える。

コーラス・ガールの劇全体における位置付けと、主役によるダンスの重要性は、当時の『陽気な離婚』に対する批評の焦点となった。『陽気な離婚』は、1932 年 11 月にボストンとニューヘイヴンでプレビューが行われた後、ニューヨークのエセル・バリモア劇場（客席数 1096）で開幕した。1933 年に入って同じくブロードウェイのシューベルト劇場（客席数 1468）に移行した後、1933 年 7 月に全 248 公演で閉幕し、同月には別の

¹⁵⁹ Ibid.

¹⁶⁰ “Gay Divorce,” Photographs, NYPL.

¹⁶¹ ダンサーとしてジークフェルド・フォリーズに出演したこともあるルースは、1930 年にはジョン・フォード監督の『河上の別荘』(*Up the River*, 1930) において映画デビューするなど、ドラマの演技にも定評があり、前シーズンにはブロードウェイの『ソサイエティ・ガール』(*Society Girl*) において主役を演じていた。

キャストでシカゴ公演が始まった。さらに同年 10 月にはブロードウェイと同じアステア、ルースのキャストによってロンドン公演も行われ、大恐慌の最中に行われたミュージカルのプロダクションとしては、成功作として記憶されることになった。

当時の批評をみると、全体としてまずこの舞台劇のジャンルに触れているものが多い。『陽気な離婚』がインティメートであることはもちろんのこと、作品におけるミュージカル以外の部分に注目しているものがみられる。例えば、『陽気な離婚』は「ミュージカル・コメディというよりは、歌入りのコメディ」¹⁶²であるとし、「全体のプロットの傑出と、コーラスの比重の小ささによって、お決まりのミュージカル・コメディにならずに済んでいる」¹⁶³といったものである。コーラスに関しては、「この芝居は、水着を着たコーラス・ガールを、いかにしてコーラス・ガールではなく、ホテルの宿泊客に見せるかという点で努力しようとしているようだ」¹⁶⁴とあるように、従来のミュージカル・コメディに対してコーラスのナンバーが縮小化され、かつコーラス・ガールにそれぞれ劇中の台詞があるなど、彼らを物語に追従させようとしていることが分かる。

一方で、『陽気な離婚』の最も大きなセールス・ポイントとなったのは、主役のフレッド・アステアによるダンスだった。当時のプログラム¹⁶⁵を見ても、タイトルの上に名前があるのはフレッド・アステアの名前であり、批評においても姉とのコンビを解消して単独で出演しているアステアが注目された。中には、引退したアステアの姉アデルの不在を残念がるものや、アステアのダンスに対して、彼の歌と演技力の乏しさを批判するものもあったが、彼のダンスが全体の中で最も評価された要素だったことは言うまでもない¹⁶⁶。また、アステアの相手役を務めたクレア・ルースに関しても、少なくともアステアの姉の不在を埋め合わせ、アステアとのペア・ダンスを完璧にこなしている点で評価されている。さらに、舞台が小規模であることにより、アステアのダンスが大人数のコーラスとかぶることがなく、アステア個人の踊りが逆に際立つことになったという利点を指摘しているものもある¹⁶⁷。このように、『陽気な離婚』をまとめるならば、インティメート・ミュージカルであることによって、コーラスによるスペクタクルの要素が押さえられ、逆に物語のプロットと個人のダンスが強調されたと言うことができ、これらの特徴は映画にも引き継がれることになる。

¹⁶² “The Play,” *New York Evening Post*, November 30, 1932.

¹⁶³ “Farce, With Music: Gay Divorce,” *New York Sun*, November 30, 1932.

¹⁶⁴ “Gay Divorce,” *New York Tribune*, December 1, 1932.

¹⁶⁵ “Gay Divorce,” Playbill, Dwight Deer Wiman Papers, NYPL. プログラムのタイトルは以下のように表示されている。“Dwight Deer Wiman and Tom Weatherly present Fred Astaire in ‘Gay Divorce’ with Clare Luce and Luella Geer.”

¹⁶⁶ “The Play,” *New York Times*, November 30, 1932.

¹⁶⁷ “The Theatre,” *The Wall Street Journal*, December 1, 1932.

6.2. 映画『コンチネンタル』（*Gay Divorcee*）

6.2.1. 映画化の背景

舞台劇の『陽気な離婚』の映画化には、映画産業における二つの興味深い事象が関わっている。一つは、映画化が検討され始めた 1933 年当時の映画ジャンルの流行の変化である。映画のトーキー化以降、ハリウッドのスタジオは競ってブロードウェイの芝居の映画権を買っていた。ミュージカルのジャンルに関して言えば、ジークフェルド・フォリーズの『リオ・リタ』、『フーピー』の他に、ミュージカル・コメディの『ノー・ノー・ナネット』（*No, No, Nanette*）、オペレッタの『放浪の王者』（*The Vagabond King*）といった作品が、1929-30 年のシーズンのうちに次々と映画化された。しかし、1930-31 年、1931-32 年のシーズンになると、ミュージカル映画の製作自体が大幅に停滞する。1933 年初頭にワーナー・ブラザーズ社の『四十二番街』を皮切りに、再び映画におけるミュージカルが流行するようになるが、それらはブロードウェイの舞台の輸入ではなく、映画オリジナル、あるいは小説などの題材から直接映画用に脚色されるものが多かった。例えばフレッド・アステアは、舞台の『陽気な離婚』のブロードウェイ公演を終えた後、MGM の『ダンシング・レディ』、RKO の『空中レビュー時代』に脇役として出演しているが、いずれも舞台の製作裏話を描いたバックステージものであり、アステアはダンサーという役柄で登場している。このような背景から、1933 年の時点で、実際に舞台で公演されたミュージカル・コメディを映画化しようとする試みは、むしろ珍しいものだったといえる。

もう一つ『陽気な離婚』の映画化において興味深いのは、その製作過程がいわゆる映画の自主規制の変革期にまたがっていることである。アメリカにおける映画の自主規制は、州などの外部の公共機関による検閲を避ける目的から、1922 年にウィル・ヘイズ率いるアメリカ映画製作者配給者協会（MPPDA）が設立されたことに始まり、1930 年には具体的な禁止事項を定めたプロダクション・コードが制定された。しかし、このプロダクション・コードは映画製作の現場で即座に遵守されたわけではなく、1933 年にはカトリック団体による映画のボイコットなど、映画の暴力・性描写、道徳的な内容が世論で特に問題になっていた。そのため、1934 年 7 月には、自主規制を強化させる目的から、それまで映画スタジオに対する自主規制を担当していた SRC（Studio Relations Committee）に代わって、新たに PCA（Production Code Administration）が設立される。『陽気な離婚』の映画化作品は、最初の脚本が SRC に提出され、最終的には PCA

による自主規制の認証を得て公開された。舞台劇の『陽気な離婚』が、洗練された大人の観客を対象にしていた点を踏まえるならば、すべての映画に同一の認証を与え、万人向けにすることを旨にする自主規制の介入は、一見相容れないものにみえる。ここでは、映画スタジオと自主規制機関とのやり取りに焦点をあてて、舞台から映画化への過程を辿ることにする。

6.2.2. 映画化の過程

『陽気な離婚』の映画化については、映画スタジオと自主規制機関との間で往復された書簡の詳細が、PCA ファイルに保管されている¹⁶⁸。それによると、『陽気な離婚』のロンドン公演が行われている最中の 1933 年 11 月に、RKO の脚本家エージェントであった H・N・スワンソンから、SRC の長官であったジェームズ・ウィングート宛てに、『陽気な離婚』の映画化に関する問い合わせが行われている。「この舞台劇は検閲で問題になるでしょうか？我々は映画権の買収を検討しています」という一文に、舞台劇の脚本が添えられたもので、SRC からの当初の返事は、離婚を共謀として真っ向から扱っているため、映画化はかなり難しいだろうというものだった¹⁶⁹。

しかし、1934 年 1 月に RKO から SRC 側に再度申し入れがあり、映画プロデューサーのパンドロ・バーマンと SRC の前長官であるジェイソン・ジョイ、さらに、後の PCA の長官を 20 年間務めることになるジョゼフ・グリーンとの間で会合が持たれた。その結果、1934 年 2 月に出された SRC の返答は、前回のものに代わってジョゼフ・グリーンから RKO 宛で、映画化にゴー・サインを出すものになっている。

我々が読む限り、舞台劇は離婚を共謀によって成立させようとする話が核になっているため、深刻な問題を提示している。また、劇中のいくつかの台詞は、プロダクション・コードの基準や他の政治的な検閲の点からみて、やや大胆すぎると考えられる。

しかし、バーマン氏との会見の結果、貴殿の意図がこの劇を笑劇として扱い、台詞に関しても細心の注意を以て扱う予定だと理解した。また、離婚の共謀計画を失敗に終らせることにより、この犯罪行為を肯定する可能性がないようにする旨も認識済みである。

¹⁶⁸ “The Gay Divorcee,” Motion Picture Association of America, Production Code Administration Records, MHL.

¹⁶⁹ H. N. Swanson, letter to James Wingate, November 14, 1933, Ibid.

以上の点に照らして、我々は貴殿がこの舞台劇の映画化に着手することに問題はないと考える。もちろん、映画脚本を執筆する過程で我々が相互確認できる機会を持てるよう、第一校の脚本をこちらに送ることを勧める。¹⁷⁰

以上のように、スタジオ側の映画脚本を事前にチェックすることを前提に、SRC は『陽気な離婚』の映画化に同意しており、その後 2 ヶ月間にわたって 4 回の脚本の書き直しが行われている。全体のやり取りをみると、映画化への同意、脚本第一校の修正という大まかな部分をジョセフ・グリーンが、その後の二校、三校の細かい修正をジェームズ・ウィングートが担当していたことが分かる。スタジオが提出した第一校に対する SRC の返答は、「貴殿の脚本を大変楽しんで拝読した」という一文から始まり、脚本の削除、あるいは修正すべき点が 30 箇所指摘されている。指摘されている内容としては、まず離婚が組織だって共謀されることを示唆した内容を避けるというものであり、例えば、エグバードが離婚の段取りを語る際、偽名を使ってホテルに泊まるという台詞を変更するように要請している。また、ミミが寝室で服を脱ぐ、あるいはヌードといった言葉など、女性の体の露出に関する台詞についても削除を依頼している。さらに、1 幕の終わりでミミがガイをジゴロだと思い込み、彼に部屋の鍵を渡すくだり、さらに、ミミの部屋にやってくるガイがパジャマを持っているくだりにおいて、鍵とパジャマの双方が削除対象になっている。¹⁷¹

脚本段階における修正は 6 月で終了し、映画は 6 月末から実際のプロダクションに入っている。映画公開までのスタジオと自主規制機関とのやり取りをまとめると、以下のようになる。

1933 年 11 月 14 日 : RKO が SRC に映画権買収の相談。3 日後、ウィングートから映画化は困難との返答。

1934 年 1 月 29 日 : RKO から再び映画権に関する要請。3 日後、グリーンから映画化の同意。

1934 年 4 月 24 日 : 脚本第一校提出、2 日後、グリーンから修正案返却。

1934 年 6 月 7 日 : 映画脚本第二校提出。7 日後、ウィングートから修正案返却。

1934 年 6 月 16 日 : 映画脚本第三校提出。6 日後、ウィングートから修正案返却。

1934 年 6 月 27 日 : RKO から歌の歌詞 5 曲提出。同日、ウィングートから「膝を

¹⁷⁰ Joseph I. Breen, letter to Merian C. Cooper, February 1, 1934, Ibid.

¹⁷¹ Joseph I. Breen, letter to Merian C. Cooper, April 26, 1934, Ibid.

ぶつけよう」(Let's K-nock K-nee)の歌詞について修正要請。

1934年7月4日：PCA設立

1934年7月14日：RKOにおける衣装テスト。ウィングートよりコーラスのスカートに関する注意。

1934年7月31日：RKOより最終脚本提出。同日、ブリーンよりトランクに挟まるミミのスカートに関する注意。

1934年8月30日：プロデューサー、監督を交えて「コンチネンタル」(Continental)のダンス・ナンバーの試写。ブリーンより、女性ダンサーの脚がパートナーの男性ダンサーの体にかぶさるクローズ・アップのショットの削除要請。

1934年9月20日：プロデューサー、監督、編集者を交えた試写、会議。

1934年9月22日：三度目の試写終了。自主規制の認証公認 (No. 282)。

1934年10月19日：映画公開。

このように、舞台から映画化への製作過程は、前半の5ヶ月間において歌詞を含む脚本の作成、後半の3ヶ月間でプロダクションから公開に向けた準備が行われていることが分かる。また、脚本以降の段階で問題になったのが、「膝をぶつけよう」の歌詞、「コンチネンタル」のペア・ダンスというように、いずれも舞台にはなかったコーラスのナンバーであることも興味深い¹⁷²。タイトルにある“離婚”が、何よりもカトリックの団体による映画抗議が盛んな中で懸念された作品だが、最終的に、ジョゼフ・ブリーンはヘイズ・オフィスに送る報告書において、映画を次のように評価している。

このニューヨークの舞台劇の書き換えにおいて、スタジオは実によい仕事をしたといえる。離婚共謀が話の核になっているには違いないが、全体がミュージカルになることにより、疑わしい箇所の問題も和らいで、抗議を引き起こすことはないだろうと考える。¹⁷³

6.2.3. 映画の内容

このような自主規制とのやり取りを経て、最終的に映画は舞台と比べてどのように変わったのか。まず、物語の構成としては前半の1幕に変更が多い。映画では、オープニ

¹⁷² James Wingate, letter to Pandro S. Berman, June 27, 1934, Ibid.

¹⁷³ Joseph I. Breen, letter to Will H. Hays, May 4, 1934, Ibid.

ングにパリのナイトクラブのシーンが加えられ、コーラス・ガールが指の人形をつけたナンバーを披露する。この場面は、舞台版と違ってダンサーであるという設定のガイ、それを演じるフレッド・アステアのダンスを披露する目的から加えられたと考えられる。また、ガイとミミの出会い方であるが、舞台では既に二人がパーティーで出会って最初のデートを済ませ、2週間後ガイが彼女に再会できないことを憂いているところから始まる。映画では、港の税関において、トランクに挟まったミミのスカートをガイが破いてしまい、ミミが立腹するという設定になっている。舞台での出会い方の場合、後で二人が再会したときに、前回のデートを思い出して語る台詞の回想が続くため、映画のように二人が直接出会う、かつミミがガイを拒否する動機が必要だったのだろう。また自主規制の指示の通り、エグバードのオフィスにおける離婚の段取りの話し合いも、詳細を語り出す前にシーンが次に移るのも変更点である。

前半の1幕では、パリのナイトクラブ、港の税関、ロンドンのガイの部屋、エグバードのオフィスといったように場所の移動が多い分、主役の二人以外の登場人物の構成がシンプルになっている。まず、ガイの友人の弁護士であるエグバードだが、舞台ではガイと同世代の若い俳優によって演じられ、浜辺のホテルに宿泊している女性客のバーバラとカップルを組むことになっていた。しかし映画では、フレッド・アステアより年上のエドワード・エヴェレット・ホートンによって演じられ、ミミの叔母という設定になったホーテンスと組むことになった。そこで、舞台においては頻繁に登場したホテルの女性客の存在は、映画では「膝をぶつけよう」のナンバーでベティ・グレイブルがダンスを披露する以外、省略されことになる。

ストーリーの点において、後半の2幕は台詞の細かい変更は除いて、映画と舞台はほぼ同じであるが、ミュージカル・ナンバーの入り方においてはより大きな変更がみられる。全体のミュージカル・ナンバーをみると、まずナンバーが舞台では10曲だったのに対し、映画では5曲になっている。かつ、コール・ポーターによるオリジナルのナンバーで映画にも使われたのは、「夜も昼も」の1曲のみであり、残りの4曲は別の作曲家による映画オリジナルの曲になっている。映画のナンバーを順に挙げるならば、コーラス・ガールによって歌われ、ガイによるダンスのソロが続く「落ち込まないで」(Don't Let It Bother You)、ガイが自分の部屋でミミを思って歌う「干草の中の針のように」(Needle in a Haystack)、浜辺のホテルでコーラスとエグバードが歌う「膝をぶつけよう」、ガイとミミがホテルで踊る「夜も昼も」、ガイとミミ、さらにコーラスによる「コンチネンタル」となる。舞台では1幕に7曲、2幕目に3曲使われ、それぞれの登場人物に万遍なくナンバーの持ち場があったが、映画においては、「夜も昼も」のナンバーを挟んで、前

半にナンバーが4つ、後半は「コンチネンタル」の1つになっている。

ナンバーの内容においても、前半の4つのナンバーと最後の「コンチネンタル」のナンバーには大きな違いがある。ここで、映画に含まれるミュージカル・ナンバーを所要時間ごとにまとめると、図のようになる。ナンバーにおける歌とダンスの時間をそれぞれ見てみると、前半の4つのナンバーは、それぞれ歌が2分未満、ダンスが3分未満で構成されている。ダンスはアステアのソロ、アステア／ロジャースのペア、コーラスによるものがあるが、いずれもホテルの部屋などの狭いインティメートな空間で行われている。一方、「コンチネンタル」のナンバーは、歌がロジャースを含めた3人の人物によって歌われ、アステアとロジャースが踊る2回のダンスに加えて、男女60人のコーラスによるダンスが含まれている。「コンチネンタル」のナンバーの中には物語展開の場面も多少含まれているため、厳密にナンバーの時間を計ることは難しいが、「コンチネンタル」の歌が始まって全体のダンスが終了するまでの時間は16分にも及ぶ。

ナンバー	全体	歌	ダンス
Don't Let It Bother You	2:26	1:05	1:21
Needle in a Hay Stack	3:35	2:05	1:30
Let's K-nock K-nee	4:33	2:00	2:33
Night and Day	4:35	1:37	2:55
Continental	16:18	1:51, 1:35, 1:46	2:55, 1:43

映画全体を舞台版と比較してまとめるならば、前半はストーリーにおいては舞台版と違って場所の移動が多い分、小さな複数のナンバーによって構成され、後半は舞台と同じ物語設定で、逆に舞台にはなかった大掛かりなナンバーが入っている。映画全体におけるミュージカル・ナンバーの割合をみるならば、映画の前半においては4つのナンバーをあわせて15分ほど、後半は「コンチネンタル」のナンバー一つで15分ほどとなる。

この後半における「コンチネンタル」のナンバーの集中とその長さが、舞台と映画の違いを最も顕著に示すものだろう。より小規模なナンバーを特徴としていた舞台劇に対し、映画はそのインティメートな要素も持ち合わせながら、大規模なスペクタクルとしてのナンバーも含んでいる。これは、この前年に主流となっていたワーナー・ブラザーズのバズビー・バークレーの振付に代表されるミュージカル映画からの影響が強いと考えられる。例えば、バークレーの振付による『四十二番街』では、映画の登場する4つ

のナンバーのうち3つが、映画のラスト20分にすべて盛り込まれている。それは、バックステージものという形式によって、物語の最後に舞台上演を見せるという形で映画のナンバーが入るからだが、『コンチネンタル』においても舞台上演という形はとっていないとはいえ、このスタイルを踏襲している。これは、映画というメディアが最も得意とする視覚性によって、当時の舞台のミュージカルが失っていたスペクタクルを代替しているのと同時に、当時のミュージカル映画における物語話法のアンバランスさを露呈するものでもある。『コンチネンタル』の後にシリーズで製作されることになるアステアとロジャースの映画では、このプロットにおけるナンバーの局所的な集中を抑え、よりプロットとの統合とインティメートな要素が助長されることになる。

映画の『コンチネンタル』は、1934年11月にRKOのトップ・プロダクションの一つとして、ニューヨークのラジオ・シティで公開された。当時の批評としては、舞台版の批評と同様、まずフレッド・アステアのダンスを評価するものが多く、『空中レビュー時代』で垣間見られたアステアの映画スターとしての可能性が、『コンチネンタル』によって確実にになったことが述べられている¹⁷⁴。ミュージカルのナンバーに関しては、既にレコードなどで歌が知られていた「夜も昼も」の他に、『空中レビュー時代』の「カリオカ」(Carioca)のナンバーに続く「コンチネンタル」のヒットが予見されている。また、アステアとロジャースは共にコメディアンとしても高く評価されており¹⁷⁵、映画においてもコメディの要素が重要な位置を占めていたことが分かる。

6章では、1932年の『陽気な離婚』と、その映画化作品である『コンチネンタル』の双方を考察した。舞台のミュージカル・コメディである『陽気な離婚』は、従来の大掛かりなコーラスによるスペクタクルに代わる、よりインティメートなミュージカルとして公演された。そこではミュージカル・ナンバーが小規模である分、全体のストーリーであるコメディの方に重点が置かれ、アステア個人のダンスが際立つことになった。映画の『コンチネンタル』では、この舞台劇の性格を引き継いでいる一方で、従来の大掛かりなコーラスのナンバーも含まれているため、両者の違いをより容易にみることができる。また、映画化の過程で関わった自主規制に関しても、大人向けのエンターテインメントと称された舞台劇の性格を大幅に変えることなく、むしろ、洗練されたセックス・コメディを自主規制の下で脚色するのに成功した先駆としてみることも可能である。

¹⁷⁴ “The Gay Divorcee,” *Variety*, November 20, 1934.

¹⁷⁵ “On the Screen,” *New York Herald Tribune*, November 16, 1934.

『コンチネンタル』は、アステアとロジャースのコンビによるダンスで今日知られているが、実際にこの映画の中で二人が一緒に踊っているのは10分にも満たない。この短さの理由と、かつそれが映画全体の中で果たす役割を考えると、オリジナルの舞台劇の内容とその映画化への過程は、我々に興味深い示唆を与えてくれる。

第Ⅲ部

ハリウッドとラジオ番組の隆盛

1930年代のアメリカの映画産業は、トーキーの普及にあいまって映画の製作・受容が共に充実していた時期である。大恐慌の開始と第二次大戦勃発に挟まれたこの時期には、日常の娯楽として様々なジャンルの映画が公開され、人気のあるスター俳優は映画の呼び物として重要な役割を果たしていた。ハリウッドのスター・システムはサイレント期から成立していたが、サウンド映画以降のスターがそれ以前のスターと異なるのは、彼らの多くが映画のスターであると同時に、ラジオに頻繁に出演するラジオのパーソナリティでもあった点である。

アメリカにおけるラジオ放送は1920年に始まり、20年代を通して家庭の娯楽として徐々に普及していた。ラジオの普及率が全国的に高まり、ラジオ局や番組の種類が充実するのは20年代末から30年代初頭であり、この時期はちょうど映画産業におけるサイレントからトーキーへの移行期と重なる。ラジオとトーキーは共に、従来のメディアである出版物や映画にはない音声、特に人物の声を捉えることによって、マス・メディアとしての社会的な地位を確立していった。人物の中でも有名人＝スターの声は、両者を普及させる大きな推進力になっている。1933年にニューディール政策を始めたルーズベルト大統領は、ラジオを通して国民に話しかける「炉辺談話」によって政権への支持を獲得したことで知られている。また、ラジオを巧みに利用したこの時代の象徴として、ナチス・ドイツのヒトラーを抜かすわけにはいかないだろう。近年公開されたイギリスのジョージ6世を描いた『英国王のスピーチ』(*The King's Speech*, 2010)は、発声障害のある人物でさえ、自身の国王としての存在意義のためにラジオのマイクに向かって話さざるを得なかった状況を描いている。逆にいえば、この時代ほど人々が人物の声に意識的だった時代もないのであり、人物のイメージ形成にラジオを通した声が重要な役

割を果たしたという点では、ハリウッドのスターも例外ではない。

このような点から、III 部では映画俳優／映画スターを軸に、映画とラジオの関係を考察する。7 章では、当時の映画スターが 1930 年代後半からラジオ番組に多く出演していた事象に注目し、映画スターがラジオに出演するようになったのにはどのような経緯があったのか、通常その容姿によって知られる映画スターが、声のみを提供するラジオに出演する意味はあったのかといった点を、当時の言説から考察する。特に、ここで注目するラジオ番組は、映画作品をラジオ・ドラマ化し、それを映画スターが演じる内容の番組であり、同じ映画スターによる映画とラジオにおける演技を比較検証することを行う。

8 章では、ラジオのファン雑誌にみられる映画スターに関する記事を通して、当時の映画スターの表象、また広くは映画文化のあり方を見直すことを行う。一概に映画スターとはいっても、人物によってラジオに対する見解は大きく異なるものであり、特にここでは、無声映画のスターによるラジオ出演、ジェンダーをめぐった映画とラジオのスターの表象の違い、両者のメディアに出演する歌手とダンサーといった分類から、映画とラジオという二つのメディアの棲み分け、あるいは共通点を探る。

7. 映画俳優によるラジオ・ドラマ

サウンド・システムの導入により映画に音が付加されると、当然のことながら映画における演技のスタイルも変化した。“トーキー”という名称の通り、そこでは俳優が“しゃべる”ことが求められ、それまで無声映画で活躍していた俳優は声の質を問われるようになり、台詞を話すことに慣れている舞台俳優が新たに映画に出演するようになった。例えば『雨に唄えば』(*Singin' in the Rain*, 1952) といった映画でも描かれているように、映画俳優の資質として、その声も重要な要素として加わったのである。しかし、ここで必要とされる声とは、“見かけ相応の”声であり、映画俳優としてスクリーンに映し出されるだけの容姿が伴っていることをあくまでも前提としている。映画のトーキー化以降も、クローズアップに見られる細かい顔の表情や、アクション・シーンにみられる身体の動きが映画俳優の資質として第一に注目されることに変わりはなく、声はあくまでもそれらの容姿を邪魔しないもの、ましてや、声だけ取り出してきて映画俳優について語るのは無意味、というのが一般的な認識だろう。

しかし、こういった映画俳優の視覚的な認識と並存して、映画俳優の声が意識的に受容されていた状況というものも歴史的に存在する。7章で扱うのは、アメリカの1930～40年代において、映画俳優がラジオ・ドラマに頻繁に出演していた状況と、当時の映画とラジオ・ドラマの関係である。この時代は、映画のトーキー化に伴って映画俳優の声が聞かれるようになり、音声メディアであるラジオと映画との提携が強まった時期である。1950年代にラジオの後継としてテレビが進出し、映画との共通項が再び視覚面に戻るまで、映画と時代の一大マス・メディアとの関係は、音声という要素によって成り立つことになる。この間、映画俳優はゲストとしてラジオのヴァラエティ番組に出演するのみならず、映画を脚色したラジオ・ドラマに出演して役を演じることを行っている。映画俳優の演技に関していえば、ここで取り上げる時代は、1920年代までの顔や身体の動きを誇張・形式化したサイレント映画特有の演技のスタイルと、1950年代からアメリカの演劇界と映画界の双方で影響力を持ったスタニスラフスキーのメソッド方式の中間に位置するものである¹⁷⁶。これといった演技スタイルの流行がなく、個々の映画俳優の

¹⁷⁶ ハリウッドのスタジオ・システム時代の演技に関する概論については、以下を参照。Cynthia Baron, “Crafting Film Performance: Acting in the Hollywood Studio Era,” *Screen Acting*, ed. Alan Lovell

スターとしてのイメージが最重視されたハリウッドのスタジオ・システム時代において、映画俳優がラジオ・ドラマに出演したことの効用を考えるのも興味深い。

7 章では、映画俳優が出演したラジオ・ドラマの代表的なものとして、1930 年代後半から 50 年代半ばまで続いたラジオ番組、『ラックス・ラジオ・シアター』(*Lux Radio Theatre*) を取り上げて考察する。まず、1930 年代後半から映画俳優が出演するラジオ・ドラマ番組が製作されるようになった背景について確認する。また、映画を脚色したラジオ・ドラマと元の映画作品との違いを整理し、映画とラジオにおける演技をめぐる当時の言説をみる。最後に具体的な作品として、メロドラマの傑作として名高い『ステラ・ダラス』(*Stella Dallas*, 1937) の映画とラジオ・ドラマの比較分析を行う。

7.1. 映画俳優によるラジオ出演の背景

1 章でも論じたように、アメリカにおいては 1920 年代からラジオ放送が始まり、映画におけるサウンド・システムの導入に伴って、1920 年代後半から映画・ラジオ間の産業間の関係がみられるようになる。ラジオのコマーシャルでトーキー映画を宣伝するといった、映画側からのラジオの利用がみられる中で、映画俳優がラジオ番組に出演することは長い間避けられていた。これは、映画側が看板スターのラジオ出演により、映画の観客動員数が落ちることを懸念したことが要因であり、例えば 1928 年には、チャップリン、ダグラス・フェアバンクスを始めとしたユナイティッド・アーティストのスターによるラジオ出演に対し、映画興行者の組合が猛烈な抗議を行っている¹⁷⁷。また、1932 年には、MGM が自社の契約俳優がラジオに出演することを禁止する条例を発し、話題を呼んだ¹⁷⁸。

映画とラジオ間の俳優の交流は、大恐慌の影響でラジオが安価な家庭の娯楽としての重要性を増す 1933 年ごろから変化する。それはまず、ラジオの俳優が映画に出演するという形で始まり、例えばコメディアンジャック・ベニー、歌手のビング・クロスビーといったラジオ出身の人材を主演にした映画が製作されるようになる。彼らのラジオでの人気にあやかっただけの映画のヒットによって、ラジオを題材にした映画が定期的にみられるようになり、同時に映画の人材がラジオに出演する流れも徐々にみられる

and Peter Kramer (New York: Routledge, 1999), pp.31-45.

¹⁷⁷ “Stars to Broadcast Over Big Network; Woodhull Protests,” *Motion Picture News*, March 17, 1928, p. 877.

¹⁷⁸ “Film Stars Kept Off Air,” *Variety*, December 27, 1932, p. 3.

ようになる。

映画俳優がラジオに出演するケースとしてまずあったのは、彼らが映画スター本人としてラジオの人気番組にゲスト出演することだった。公開予定の映画の宣伝を主な目的とした映画俳優のラジオ出演は、短いインタビューや挨拶で終ることが多く、ラジオ局が支払う出演料の高さから、映画スターの小遣い稼ぎとして批判されることもあったが¹⁷⁹、映画俳優のラジオ出演を促すきっかけになったには違いない。この形態として代表的なものは、ハリウッドのゴシップ・コラムニストとして有名だったルエラ・パーソンズによるラジオ番組、『ハリウッド・ホテル』(*Hollywood Hotel*)がある。1934年に始まったこの番組では、ルエラ・パーソンズに加え、当時ワーナー・ブラザーズのミュージカル映画に出演していた歌手のディック・パウエルが司会を務め、映画スターへの独占インタビューを行った。このラジオ番組で行われたインタビューの内容は、パーソンズがラジオと並行して執筆する新聞のコラム記事、ファン雑誌の記事などを補強するものとして、映画の観客層に受容されることになった¹⁸⁰。

さらに 1935 年以降になると、こうしたゲスト出演にとどまらず、映画俳優が映画で演じた役をラジオでも実際に演じてみせる形態の番組が新しく出てくるようになる。この背景には、コメディや音楽演奏から成るヴァリエティ番組に対し、プレステージの高い夜番組の形成を必要としていたラジオ業界側からの要請があったことが指摘されている¹⁸¹。さらに、ヘレン・ヘイズといったトーキー映画出演後にブロードウェイの舞台にカムバックした俳優によるドラマ番組の成功も、ラジオにおけるドラマ番組の可能性を後押ししたようである¹⁸²。ドラマという形式に関しては、例えば当時人気のあったラジオのニュース番組『マーチ・オブ・タイム』(*March of Time*)も、時事問題を扱いながら、それをドラマ化しプロの俳優が演じることによって報道する形式をとっている¹⁸³。

こうした中、『ラックス・ラジオ・シアター』は、1934 年 10 月に 60 分のラジオ番組として始まった。当初は、ブロードウェイの舞台劇のラジオ・ドラマ化を主眼としており、ニューヨークのラジオ・シティにあるスタジオから、週一回一つのドラマが完結する形で、毎週別のドラマを違うキャストで放送した。第一回目の放送は、ジョン・ボーolz、ミリアム・ホプキンスの主演により、ブロードウェイのヒット作で映画化もされ

¹⁷⁹ “The Alarming Situation in Hollywood,” *Radio Stars*, November 1938, pp. 22-23, 57-59.

¹⁸⁰ “They Never Say ‘No!’” *Radio Stars*, February, 1936, pp. 36, 65-67.

¹⁸¹ Hilmes, *Radio Voices: American Broadcasting, 1922-1952* (Minneapolis, M.N.: University of Minnesota Press, 1997), pp. 183-188.

¹⁸² “For Distinguished Service to Radio: Helen Hayes,” *Radio Stars*, December 1936, p. 6.

¹⁸³ ラジオ版の『マーチ・オブ・タイム』は 1931 年から始まり、1935 年からはニュース映画としても製作されるようになった。

た『第七天国』(*Seventh Heaven*, 1927) がラジオ・ドラマとして放送された。このニューヨーク発のラジオ・ドラマの形態は、1936年5月までの二年弱続くことになった。

この『ラックス・ラジオ・シアター』が現在知られるハリウッド主体の番組となるのは、放送の拠点が東海岸のニューヨークから、西海岸のロサンゼルスに移った1936年以降のことである。それ以前にも、番組にはブロードウェイの舞台俳優の他に、ニューヨーク滞在中の映画スターが出演することはあった。しかし、番組がハリウッド拠点になったことにより、より知名度の高い映画スターが常時出演するようになり、番組の視聴率の向上と人気に大きく貢献することになった。また、ラジオ・ドラマの内容もヒットした映画作品のドラマ化が主体となり、ハリウッド発の第一回目の放送としては、1936年6月にクラーク・ゲーブル、マレーネ・ディートリッヒ主演で、映画『モロッコ』(*Morocco*, 1930) のラジオ・ドラマ化が行われた。これ以降、1955年に終了するまで、『ラックス・ラジオ・シアター』は約20年間に渡って、映画関連のラジオ・ドラマを放送する番組として継続された。

7.2. ラジオ・ドラマの概観、映画との違い

『ラックス・ラジオ・シアター』の製作に関わる人材を簡単にみておこう。まず、番組自体は大手の広告代理会社であるジェイ・ウォルター・トンプソンの製作により、ラックス石鹸のスポンサーの下で放送された。1936年に番組がハリウッドに拠点を移すと、番組のプロデューサーとして、映画監督のセシル・B・デミルが起用された。デミルは“プロデューサー”という名前で番組では紹介されるものの、具体的には番組の進行役やラジオ・ドラマのナレーターを行うホストの役割に近く、実際のラジオ・ドラマの脚本や監督は、ラジオ専門の人材によって行われている¹⁸⁴。しかし、デミルは『十戒』(*The Ten Commandments*, 1923) や『クレオパトラ』(*Cleopatra*, 1934) といった史劇映画から、そのスペクタクルや豪華さによって一般の観客にも知られており、いわばハリウッドの顔として番組の印象を決定づけることになった。また、ラジオ・ドラマの音楽は、『ジャズ・シンガー』のスコアを作曲し、21世紀フォックス社で主に映画音楽を担当していたルイス・シルバースが、ライヴのオーケストラの指揮を行っている。

¹⁸⁴ セシル・B・デミルのホストとしての起用には、1929年に開始されヴァラエティ番組の模範として大きく成功した『ルディ・バリー・ショー』(*Rudy Vallee Show*) がモデルになったとされている。Hilmes, *Hollywood and Broadcasting*, pp. 90-91.

ラジオ・ドラマの主演としては、現役の映画俳優が毎週交代で出演した。20 年間にわたって続いた『ラックス・ラジオ・シアター』は、全部で 900 を超えるエピソードから成り、出演したメインのキャストも 500 人近くになる。キャストは毎回別となり、レギュラーとして出演するのはセシル・B・デミルのみであるが、中には番組に度々出演している俳優もいる。

No.	人名	回数
1	フレッド・マクマレー	27
2	ロレッタ・ヤング	26
3	ケーリー・グラント	24
4	クローデット・コルベール	23
	バーバラ・スタンウィック	23
5	ドン・アメチ	20
	レイ・ミランド	20
6	アイリーン・ダン	18
7	ジョージ・ブレント	17
	ウォルター・ピジョン	17
8	ウィリアム・パウエル	16
	ハーバート・マーシャル	16
	ブライアン・エイハーン	16
	ロナルド・コールマン	16
9	アイダ・ルピノ	15
	ウィリアム・ホールデン	15
	ロバート・ヤング	15
	ジョセフ・コットン	15
10	ロバート・モントゴメリ	14
	ジンジャー・ロジャース	14
	ディック・パウエル	14
	ダナ・アンドリュース	14
	ジェーン・ワイマン	14

このラジオ・ドラマは、主演として男優、女優一人ずつ知名度の高い映画スターを選出するのが恒例であったが、出演した回数の高い映画俳優をリスト化すると、表のようになる¹⁸⁵。この表から分かることは、例えば出演回数においては、男優ではフレッド・マクマレー（27回）、女優ではロレッタ・ヤング（26回）がトップになり、続いてケーリー・グラント（24回）、クロードット・コルベール（23回）、バーバラ・スタンウィック（23回）などが多数出演していることが分かる。ここには、ボブ・ホープ、ビング・クロスビーといったラジオ畑の映画俳優が含まれていないが、それは彼らが自身のレギュラー番組を持っていたため、『ラックス・ラジオ・シアター』への出演が困難だったためと考えられる。ラジオ・ドラマの出演回数が多い俳優を概観するならば、いずれもトーキー化以降に映画に出演するようになった俳優であり、歌手やコメディアンを除く、通常のドラマに出演している俳優がほとんどである。舞台出身の俳優も多く、あえていえば、スクリーボール・コメディやメロドラマのジャンルで知られる俳優が多いといえるかもしれない。

『ラックス・ラジオ・シアター』で演じられるドラマは、基本的に公開済みの映画作品の脚色となっている。そこで、映画作品とラジオ・ドラマの比較が可能になるのだが、まずは両者の根本的な違いについて確認しておこう。映画とラジオ・ドラマの第一の違いは、その時間である。当時の映画は、通常“フィーチャー”（feature）と呼ばれる長編映画が100分～120分なのに対し、ラジオ番組の持ち時間は60分、コマーシャルなどを省くと、ドラマ自体は50分弱となる。このため、ラジオ・ドラマにおいては場面の省略、ストーリーの展開を補足するナレーションが必要となる。ただし、60分という時間はラジオ・ドラマとしては長いものであり、例えば、同様のラジオ番組で、映画俳優協会が主催した『スクリーン・ギルド・シアター』（*Screen Guild Theatre*）は、同じ映画作品の内容を30分のラジオ・ドラマとして放送する番組である¹⁸⁶。

二つ目の違いは、製作の主体として、映画の場合は映画スタジオが総括するのに対し、ラジオ・ドラマの場合はスポンサーが行うことである。製作の主体がどこであるかは、タイトルのクレジットからも一目瞭然であり、例えば映画の場合は、「パラマウント社がお送りする～」となるのが、ラジオの場合は「ラックス石鹸がお送りする～」となる。

¹⁸⁵ この表は、『ラックス・ラジオ・シアター』の全エピソードと出演者を記載した以下のウェブサイトの目録から作成した。Audio Classics Archive, Radio Broadcast Log of Lux Radio Theatre: <http://www.audio-classics.com/lluxradio.html> (November 30, 2011).

¹⁸⁶ 『スクリーン・ギルド・シアター』は1939年に始まり、1952年まで続いた。この他、映画関係者によるラジオ番組としては、『ハリウッド・プレミア』（*Hollywood Premiere*）、『アカデミー賞シアター』（*Academy Award Theatre*）、『ドレフト・スター劇場』（*Dreft Star Playhouse*）、『ハリウッド・スタータイム』（*Hollywood Startime*）、『映画監督劇場』（*Screen Director's Playhouse*）などがある。

主体がスポンサーであるということは、ドラマの間にコマーシャルが入るということであり、『ラックス・ラジオ・シアター』の間は、60 分の放送の間、二回にわたって数分のコマーシャルが入る。このため、ドラマとしては三幕構成の芝居として構成され、幕間ごとにコマーシャルが入るという形式をとっている。

当時のラジオ・ドラマを考察する際、このコマーシャルを本体のドラマとは別の次元のものとして切り離すには困難が伴う。当時のコマーシャルは、現在のテレビにみられるように本体の番組と断絶したものではなく、番組のアナウンサーがドラマのあらすじを語りながら宣伝文句を挿入するなど、むしろ番組からのスムーズな行き来が模範とされていたため、ラジオ・ドラマ本体とコマーシャルの連関も無視できないものになっている。これを前提に、ハリウッドとラジオの産業関係を論じているミシェル・ヒルムズは、『ラックス・ラジオ・シアター』のラジオ・ドラマの内容を、三つの枠組み（フレーム）を設定して説明している¹⁸⁷。一つ目の枠組みは、ラジオ・ドラマ自体であり、それは俳優の声、音楽、効果音によって構成される。二つ目は、スポンサーによる枠であり、ここにはラックス石鹸のコマーシャル、ラジオ局による番組のアナウンスが含まれる。最後の枠組みは、前者の二つの枠をつなぐいわば仲介としてのフレームであり、セシル・B・デミルによる司会がこれにあたる。『ラックス・ラジオ・シアター』の幕間には、ラックス石鹸のコマーシャルの他に、その放送ごとのゲストとの会話のコーナーが含まれていた。そこには例えば、映画スタジオのカメラマンや衣装デザイナー、映画ファン雑誌の記者、無声映画時代の懐かしのスターといった、普段は表に出てこない映画関係者がゲストとして登場する。また、ドラマが終了した後には、演じた俳優が自身の近況を報告するなど、俳優が演じた役から離れて本人として話す場面がある。こういったゲストや俳優との会話を行うのがセシル・B・デミルであり、デミルはドラマ外部の次元から、ドラマのナレーションへと二つの異なる枠を横断する。

映画と『ラックス・ラジオ・シアター』の三つ目の違いは、ラジオ・ドラマにおいて放送は録音ではなく、俳優が観客を前に行うライブ放送であったことである。この場合、ラジオ・ドラマを演じる俳優は、観客がいる劇場ないしはスタジオに赴き、ステージ上に立って脚本を見ながらマイクに向かって演じることになる。数回のリハーサルを入念にやるとはいえ¹⁸⁸、前もって撮影・編集を行う映画とは違い、そこには俳優の台詞のい

¹⁸⁷ Hilmes, *Hollywood and Broadcasting*, pp. 100-108.

¹⁸⁸ それぞれの放送には 5 日間の準備期間を必要とした。毎週月曜の夜に行われる放送に対し、前の木曜日にまずキャストによる台本読みを行う。金曜日から本格的なリハーサルを行い、土曜日には効果音を入れたリハーサル、日曜日にはオーケストラを交えたリハーサルが行われる。月曜日には午前中に本番と同じ内容を通して行い、直前のチェックを午後行った後、夜 9 時からライブ放送となるのが一般的

い間違いやタイミングのずれ、アドリブなどが含まれている。また、それを見ている現場の観客は、適切な部分で拍手や笑いを入れ、ラジオを通して聞いている他の不特定多数の観客は、そのドラマと観客のリアクションの双方を聞くことになる。このラジオ・ドラマが観客を前に行われるということと、何よりも映画と違い音声しか使われないという特殊性については、当時の俳優の間でも様々な見解があったようである。これについては、演技との関連から次でより詳しくみてみよう。

7.3. 映画とラジオにおける演技

映画の撮影と違い、観客がいる前で演技をするという点において、ラジオ・ドラマにおけるライブ・オーディエンスの存在を好む、好まないは、俳優によっても異なっている。例えば、『ラックス・ラジオ・シアター』のハリウッド拠点の第一回目の放送に出演したクラーク・ゲーブルは、いわゆる映画俳優がラジオのマイクの前であがってしまう傾向について、自分は常に映画の撮影でマイクを使っているのだから、マイク恐怖症はないとしている。また、映画スタジオにおいても、自分が演技をしている様子を周りのスタッフが見ているわけであり、その状況はラジオの劇場でも変わりはないと述べている¹⁸⁹。一方、舞台俳優としても有名だったバリモア兄弟の一人であるライオネル・バリモアは、ラジオ・ドラマの放送中に観客に見られていることは、まるで手紙を読んでいる時に後ろに人が立っているような、プライベートを盗み見されている心地がすると、スタジオの観客の存在を嫌っている¹⁹⁰。

『ラックス・ラジオ・シアター』以外のラジオ番組では、例えば、ジャック・ベニーやフレッド・アレンといったコメディアンがホストを務めるヴァラエティ・ショーでは、ジョークを言った際の笑いなど、スタジオの観客が不可欠となっている。一方、ラジオのライブ・オーディエンスに真っ向から反対していたので有名なのが歌手のビング・クロスビーであり、クロスビーの番組では、当時のラジオ番組では珍しくクロスビーが歌い終わった後も観客の拍手が一切入らない。ラジオ番組は、録音の技術が可能になった後も第二次大戦後になるまでライブ放送が好まれていたが、いち早く録音放送を始めた

な流れであったようである。 “The Lux Radio Theatre”, John Danning, *One the Air: The Encyclopedia of Old-Time Radio* (New York: Oxford University Press, 1998), p. 417.

¹⁸⁹ “Hollywood at the Mike,” *Photoplay*, October 1936, p.120.

¹⁹⁰ Ibid.

のもまたクロスビーであり¹⁹¹、パフォーマンスをめぐる観客との対峙の仕方は、同時代においても多様だったことが分かる。

『ラックス・ラジオ・シアター』の放送は、当初ハリウッドのミュージック・ボックス・シアターで観客を前に行われたが、当時の言説では、この観客の存在をラジオ・ドラマにとって有益なものと捉えている。例えば、ホストを務めたセシル・B・デミルは、ライブ・オーディエンスの笑い声や拍手は、ラジオを家で聴いている視聴者の妨げになるのではないかという意見に対し、それに反対する意見を述べている。

現場にいる観客ほど俳優を刺激する存在はないのであり、芝居とは観客の前で演じられるために書かれているのだ。スタジオにいる観客の反応は、他の視聴者の幻想を壊すのではなく、むしろ劇場の雰囲気を実に伝えるものだ。我々は皆それが現実でないことを理解した上で、劇場の持つ魅惑と雰囲気のリアリティに反応しているのだから。結局のところ、演劇も映画もラジオも、すべて基本はお芝居であり、そこで重要なのはその魅惑（glamour）である。¹⁹²

また、ラジオのファン雑誌の記事では、映画俳優によるラジオ・ドラマの出演は、映画俳優にとって舞台の感覚を取り返す貴重なチャンスだと指摘しているものもある。

ラジオが映画俳優に与える最も大きなことは、劇場の「感覚」に他ならない。そこには観客がいる。そこでは反応が即座に返ってくる。映画が公開されて半年もの間、その間さらに別の二本の映画をやりながら、映画が本当に観客にヒットしたかどうかを待つ必要はないのだ。このようなラジオ番組によって、もはや「舞台に戻りたい」とぼやく映画俳優はいなくなるだろう。¹⁹³

このようにしてみると、ラジオ・ドラマとは、映画と演劇のいわば仲介として位置付けることも可能になることが分かる。しかし、一方で、ラジオが映画とも演劇とも大きく異なるのは、俳優の演技、パフォーマンスが、彼らの声によってのみ評価される点だろう。ラジオ・ドラマを構成するのは、人物の声、音楽といった音声であり、その場で見ている観客がいるとはいえ、想定される観客はラジオを家で聴いている見えない視聴

¹⁹¹ Allison McCracken, "Crosby, Bing," *The Museum of Broadcast Communications Encyclopedia of Radio*, ed. Christopher H. Sterling (New York: Fitzroy Dearborn, 2004), p. 419.

¹⁹² "Glamour Is His Business," *Radio Stars*, July 1937, p. 61.

¹⁹³ "The Inside Story of MGM Maxwell House Show," *Radio Stars*, January 1938, p. 74.

者になる。ライオネル・バリモアは、身体全体を使ってやってきた自分の俳優としてのキャリアにおいて、声しか使えないラジオでの演技がいかに困難であることを語っている。

俳優にとっては、ラジオのマイクの前に出たとたん、他のすべての道具を奪われてしまうようなものだ。ちょうど多彩な色を使ってきた芸術家が、一色だけで仕事をしなければならなくなったのと同じで、私はメイクアップや衣装や小道具を使うことに慣れてしまっている。私はいつもオーケストラとしてやってきたのであって、ソロでやったことはない。俳優というのは体を使うものであり、体こそが楽器である。声も使うが、それはあくまでも体の一部として使っているのだ。¹⁹⁴

特に映画俳優にとっては、俳優としての武器である顔の表情や体の動きが使えないことは、チャレンジであるのと同時に、脅威であつたに違いない。例えば、クラーク・ゲーブルは、自分がラジオに出演するのは問題ないが、声だけは“メイクアップ”や“着替え”ができない自然体のものであり、視聴者はいずれ自分の声だけ聞いていることにあきるのではないかと懸念している¹⁹⁵。一方、映画よりもラジオでの演技を好んだ俳優として、舞台俳優として著名だったヘレン・ヘイズが挙げられる。ヘイズの場合は、映画のトーキー化の直後にしばし映画俳優として活躍した後、1930年代後半には舞台に復帰し、舞台と並行してラジオへの出演を熱心に行っている。ヘイズにとって、演技における魅力は、台詞の持つ美しさを声の色によって繊細に映し出すことであり、俳優の才能よりも、“パーソナリティ”が成功の鍵となる映画の演技とは異なることを語っている¹⁹⁶。

映画スターの研究で知られるリチャード・ダイアーは、映画におけるパフォーマンスの類型において、ボードヴィルやブロードウェイを挙げながら、ラジオに関しても言及し、ラジオによって発達したパフォーマンスの様式として、以下の三点を挙げている。

- (i) 家庭のなかでの身近さ。ラジオはもう一人の家族のメンバーとして見なされた。
- (ii) 即座に識別できるキャラクター。類型としても個人としても認識しやすいということ。

¹⁹⁴ “There Are So Many Obstacles,” *Radio Stars*, August 1936, p. 58.

¹⁹⁵ “Do You Want Me on the Air?” *Radio Stars*, October 1938, p. 59.

¹⁹⁶ “Why Helen Hayes Quit Hollywood,” *Radio Stars*, December 1935, p. 80.

(iii)「自分自身」を演じる人々、たんなるありふれた人々の採用。¹⁹⁷

ダイアーは、ラジオのメロドラマやインタビュー番組、また、ウィル・ロジャースといったスターが視聴者へのおしゃべりのような形で話すラジオ番組を例に挙げ、ラジオにおけるこのような自然体のスタイルと、映画においてスターが物語のキャラクターを演じているのと同時に自分自身を演じる「ハリウッド・スタジオ」のスタイルとの類似を見ている。

映画俳優によるラジオ・ドラマ番組の成功とその継続は、映画俳優の映画における演技と、ラジオにおける演技のスタイルが矛盾しなかったことを意味するだろう。『ラックス・ラジオ・シアター』のラジオ・ドラマにおいて、映画俳優の演技は映画における演技と異なるものだったのか。そこには、例えば無声映画にみられた誇張された身体表現と同様に、声の形式化や誇張があったのだろうか。そもそも、映画俳優の台詞のみによって映画と同じドラマはラジオで成立したのだろうか。以下では、『ラックス・ラジオ・シアター』の一例として『ステラ・ダラス』を取り上げ、その映画とラジオ・ドラマを比較してみることにする。

7.4. 具体例：『ステラ・ダラス』の場合

『ステラ・ダラス』は、1920年に出版された同題の小説を原作に、1925年と1937年に二度映画化された。ここで取り上げるのは、1937年に映画化された作品と、同年に『ラックス・ラジオ・シアター』で放送されたラジオ・ドラマである¹⁹⁸。『ステラ・ダラス』は、ステラ・ダラスという主人公が結婚、娘の子育てをしていく中でみせる母親としての自己犠牲をテーマにしており、映画はメロドラマのジャンルの古典としてしばしば論じられる。1937年の映画公開、『ラックス・ラジオ・シアター』におけるラジオ・ドラマ化の後、『ステラ・ダラス』はさらにラジオの連続ドラマとしても放送され、1937年から1955年まで続く“昼メロ”(soup opera)の元祖となった。

『ラックス・ラジオ・シアター』における『ステラ・ダラス』の特徴としてまず挙げられるのは、それが映画と同じキャストで演じられたことである。『ラックス・ラジオ・

¹⁹⁷ リチャード・ダイアー『映画スターの＜リアリティ＞—拡散する「自己」』（浅見克彦訳、青弓社、2006年）、224頁。

¹⁹⁸ “Stella Dallas,” October 11, 1937, *Lux Radio Theatre*, Internet Archive: <http://www.archive.org/details/Lux02> (November 30, 2011).

シアター』は、キャスティングの都合から必ずしも元の映画と同じキャストで行われるわけではなかった。例えば、『ステラ・ダラス』で主演を演じたバーバラ・スタンウィックを例にとれば、スタンウィックが『ラックス・ラジオ・シアター』に出演した 23 回のうち、スタンウィックが映画で演じた役をラジオでも演じたのは 13 回であり、残りの 10 回は映画で別の俳優（例えばキャサリン・ヘップバーンやベティ・デイヴィス）が演じた役を演じている。また、メイン・キャストの組み合わせが変わることもあり、例えばケーリー・グラントとアイリーン・ダンが主演した『新婚道中記』（*The Awful Truth*, 1937）のラジオ・ドラマでは、アイリーン・ダンに代わってクロードット・コルベールがケーリー・グラントの相手役を演じている。『ステラ・ダラス』のラジオ・ドラマ化では、主演のバーバラ・スタンウィックをはじめ、夫役のジョン・ボールズ、娘役のアン・シャーリー、夫の後妻役のバーバラ・オニールに至るまで、オリジナルの映画と全く同じキャストが配役された。

ラックス版『ステラ・ダラス』のもう一つの特徴は、そのラジオ・ドラマが映画の公開とほぼ同時期に放送されたことである。『ラックス・ラジオ・シアター』では、映画が公開されてから 1～2 年後にラジオ・ドラマ化を行うことが一般的だったが、中には映画自体の宣伝として、映画公開中にラジオ・ドラマを放送することも行われた。特に、独立プロダクションであったサミュエル・ゴールドウィン社の映画は、宣伝効果を狙って映画の公開直後にラジオ・ドラマ化されることが多く、ゴールドウィン社製作の『ステラ・ダラス』は、1937 年 8 月に公開され、『ラックス・ラジオ・シアター』では同年 10 月にラジオ・ドラマが放送された。映画の製作から日も浅く、映画と全く同じキャストで行われていることから、ラックス版『ステラ・ダラス』においても、俳優たちの演技の記憶はまだ新しかったと予想できる。

ここで、106 分の映画を 60 分のラジオ・ドラマにどのように短縮しているのか、ラジオ・ドラマのストーリー・ラインを、前に述べたラジオ・ドラマの三つの枠を意識しながら時間軸でたどると、以下のようになる。

00:00 アナウンサーによるアナウンス、ラックス石鹸の宣伝

01:00 セシル・B・デミル登場、本日のキャストを紹介

03:00 ドラマ開始：デミルによるナレーション

映画の帰りにステラとスティーブンが歩きながら会話

二人が結婚し、子供が生まれたことがうわさ話の形で伝えられる

07:00 娘ローレルを出産したステラがスティーブンと病院から帰ってくる

- 08:41 スティーブンの反対を押し切ってステラはダンス・パーティーに行く
パーティーで賭博師のエドに出会い意気投合する
- 10:41 パーティーから帰宅後、ステラとスティーブンが口論
ステラはニューヨークに転勤するスティーブンと別居することを決意
- 13:00 ひさしぶりにステラと娘の家を訪れた夫が、娘が育つ環境を懸念する
ステラは何があっても娘を手放さないと宣言する
- 16:50 コマーシャル：ラックス石鹸の宣伝
- 18:30 デミルによるナレーション
12年後、スティーブンと元婚約者であるヘレンが再会
- 20:48 ステラがローレルのドレスを作成中、成長したローレルとエドの間の確執
- 22:40 電車の中でステラとエドが笑い騒ぎ、醜態をさらす
ステラはエドに自分には娘のことが第一であることを語る
- 23:43 ローレルがスティーブンとヘレン宅に滞在
- 24:35 帰宅したローレルとステラの会話、ヘレンの写真を見せられ嫉妬するステラ
- 27:17 クリスマス、スティーブンが訪れローリーを連れて行く
泥酔したエドの登場により、夫と娘を引き止めたいステラの願いも届かず
- 31:44 弁護士の事務所にて、ステラが離婚の意思がないことを告げる
- 33:44 コマーシャル：ラックス石鹸の宣伝、デミルが本日のゲストを紹介
- 37:20 デミルによるナレーション
ゲスト・ハウスへの旅行の帰り、電車の乗客のおしゃべりでステラは自分が娘の
将来の妨げになっていることを悟る
- 39:40 ステラがヘレン宅を訪れ、ヘレンにスティーブンとの結婚と娘の養育を依頼する
- 43:56 ヘレン宅を訪れていたローレルがステラの本意を知り、ステラの元に帰る
- 46:50 ステラがエドとの付き合いを理由にローレルを夫の家に送り返す
- 49:36 娘の結婚式の告知をステラが読む
- 52:20 閉幕
- 53:50 デミルがキャストを紹介、スタンウィックが映画の老けメイクを説明
- 57:00 アナウンサーによる次回予告、ラックス石鹸の宣伝

ラジオ・ドラマの方が時間が短いため、当然映画のある部分を省略する必要があるが、このラジオ・ドラマで大きく省略されているのは、全部で三箇所ある。一つはオープニングであり、映画で描かれていたステラの結婚前の恵まれない家庭生活の様子は、ラジ

オでは省略され、ステラとスティーブンの間の会話に要約して述べるにとどまっている。二つ目は、ステラの娘ローレルの誕生日パーティーをめぐるエピソードであり、これは映画では電車の中でステラとエドが笑い騒ぎ、醜態をさらす場面（22:40）に続いて描かれたものである。このシーンでは、電車の中でのステラの振る舞いを目撃した知人の影響で、ローレルの誕生日パーティーに招かれていた友達が誰も来なかったシーンであり、ステラが存在が娘の世間体に良くない影響を与えていることを観客が悟る場面である。しかし、物語上ステラとローレル本人はその原因について気づいていないため、ラジオ・ドラマでは省略したものと考えられる。三つ目は、ステラが旅先のゲスト・ハウスにて、場に合わない服装と立ち居振る舞いで本人が気づかないまま笑いものになるエピソードであり、映画ではこの際のステラの不恰好さをスペクタクルとして描いているが、ラジオ・ドラマにおいては、帰りの電車における乗客のおしゃべりとして、言葉を通して描かれている。また、このおしゃべりを耳にして自分の立場を悟るステラの様子を、映画ではステラのクローズアップによって示しているが、ラジオ・ドラマにおいては、その後すぐに娘を夫に預ける決意をする物語の展開によって、間接的に示している。この三つの箇所を除けば、ラジオ・ドラマは映画の内容を順を追って忠実に描いている。

ラジオ・ドラマが元の映画に忠実であるのは、ストーリー転換の面だけでなく、ドラマの台詞がすべて映画で使われているものの抜粋である点においても当てはまる。新たに加えられたのは、セシル・B・デミルによるナレーションと、最後の結婚式の場面にみられる以下の台詞である。映画の最後では、スティーブンとヘレン夫妻の自宅で行われる娘ローレルの結婚式を、ステラが道路から窓を通して覗くという形で描かれる。映画では、ヘレンが家の召使に窓のカーテンを開けるように指示する場面があり、ヘレンの真意は直接語られないまま、ステラが窓から結婚式を見ることによって、観客がそれを悟ることになる。ラジオでは、ここに以下の会話が増えられる。

スティーブン：これは彼女のためか？

Is this for her?

ヘレン：彼女はきっと通りから見ているわ。

She will be out there, watching from the street.

また、映画でステラが結婚式を見届けた後、満足げな顔で歩き去っていくラスト・シーンは、ラジオ・ドラマにおいては、警察官とステラの以下の短い会話によって説明される。

警察官：(ステラの花嫁のキスを見たいという言葉に対して) さあ、見て満足したか？

Now you've seen it. Are you happy?

ステラ：ええ。ありがとう。

Yes, thank you.

ラジオに映像がないことから状況説明として新たに加わっている台詞は以上のみであり、その他はすべて映画で使用されている台詞の抜粋となっている。映画の音声面だけ取り出してみたとき、台詞がラジオ・ドラマと同じである一方、より大きな違いがあるのは、背景音楽である。映画においては、場面と場面の間はシンプルなカット、あるいはフェイド・イン、フェイド・アウトによってつながっている。ラジオ・ドラマにおいては、この場面の転換をすべて短い音楽の挿入によって示唆している。一方、映画においては、オープニングから“ステラのテーマ”ともいえる同じモチーフの背景音楽が、登場人物の感情の高まりと同時に度々出てくるが、ラジオ・ドラマでは台詞にかぶせる形での背景音楽の使用は極めて少ない。唯一、ラジオ・ドラマで台詞の背景に音楽が聞かれるのは、ステラがヘレンに娘の養育を依頼するシーンのみである。そのため、映画の音声とラジオの音声を比較した場合には、ラジオよりも映画の方が音を過剰に上乘せしているといえる。

このように、映画とラジオ・ドラマを比較することによって、以下の二つのことがいえるだろう。一つは、映像を離れて抜粋された音声は、いかにドラマとして成立してしまうかという事実である。それは、ラジオ・ドラマの台詞が映画の台詞とほぼ同じであり、また俳優の演技に関しても、映画で聞かれる発声や台詞まわしとの大きな違いはみられないことなどから立証される。さらに音楽も含めるならば、映画の方がむしろ音声は過剰であり、映像の添え物のように認識されている映画の音声面が、いかに豊かであるかを思い知らされる。もちろんこれはすべての映画にいえることではないが、1930～40年代の古典的ハリウッド映画と呼ばれる映画群が、登場人物の行動による因果関係によって成り立つ物語であることを考えれば、映画の脚本による台詞とその説明によってラジオ・ドラマが成立するのも、当然のことだといえる。

一方で、ラジオ・ドラマとの比較を通して再認識するのは、まさに映画で描かれる台詞以外の部分である。『ステラ・ダラス』の場合、ラジオ・ドラマで省略された映画の場面とは、友達が来なかった理由を知らずに落ち込むステラとローレル、自分が笑いものになっていることを知らずに闊歩するステラの醜態といったように、登場人物は認識していないが観客だけが知っている事実である。ラジオにおいては、台詞の発声によって

常に登場人物と情報が共有されるため、この映画観客の持つ特権は失われることになる。

『ステラ・ダラス』の一場で、娘のローレルを夫の元に返すために、ステラが嘘の内容の手紙を娘に持たせる場面がある。ここでそれを読んだヘレンは、「この行間が読めないの？」とスティーブンを諭すが、ラジオ・ドラマで省略された映画の場面とはすべて、このテキストには含まれない、いわば映画の行間だといえる。もちろん、ラジオ・ドラマにおいても、この行間は音楽の挿入や、俳優の演技（台詞の間の沈黙や間）によって示されるが、映画と比較すればその効果は小さい。映画俳優によるラジオ・ドラマを聴くことは、映画の音声面を強制的に映像から切り離すことによって、映画の持つこの過剰な行間を見直すことになる。

7章では、アメリカの1930～40年代に映画俳優がラジオ・ドラマに出演していた状況に注目し、俳優のパフォーマンスの場としての映画とラジオ・ドラマを比較することを行った。映画俳優がラジオに出演するようになる経緯においては、1930年代後半から特に盛んになる映画とラジオ間の交流が無視できないものになっている。ラジオ放送の開始以来、ラジオに適した出演者とは、歌手やコメディアンといった声を売りにする人材であると決まっていた。映画俳優のラジオ番組の出演は、歌手でもコメディアンでもない、通常のドラマを演じる俳優が、いかに声のみによって説得力を持つかという挑戦であったともいえる。観客を前にライブ放送で行われるラジオ・ドラマは、映画俳優に舞台演劇の感覚を取り戻させるきっかけを与えた一方で、そこでの演技については、映画・舞台双方の俳優から様々な見解が持たれていた。映画と同じ物語を映画の俳優が演じるラジオ・ドラマは、映画における映像と音声の関わり方を我々に見直させる契機を与えてくれる。

8. ラジオのファン雑誌にみる映画文化

アメリカにおけるスター・システムは、映画産業を成り立たせる最も強力な要素であると同時に、映画と“ファン”と呼ばれる観客をつなぐバイパスでもある。アメリカでは古くから映画ファン雑誌の発行などを通して、独自の映画文化を形成していた。7章でもみたように、1930～40年代の映画スターはラジオにも頻繁に出演していたのであり、映画のファン文化とラジオのファン文化が交錯する場が当然あったはずである。そこで8章では、当時のラジオのファン雑誌を検証し、そこにみられる映画スターに関する記事から、逆に当時の映画文化を検証することを試みる。従来のスター研究では、スターを社会的な現象とみるにしろ、テキスト内の記号とみるにしろ、その身体性が中心に論じられてきた。ここで行おうとしているのは、スターの表象を考えるにあたってまず声を導入することであり、声を特化するラジオのスター表象と、声と身体を両立する映画のスター表象の間でどのような相互作用があったのかを考えることである。具体的には、ラジオのファン雑誌『ラジオ・スター』(*Radio Stars*)を検証し、同時代の映画のファン雑誌と比較しながら、そこにみられる映画スターの表象を考察する。

8.1. ファン雑誌の概要

まず、映画、ラジオに関する当時のアメリカにおけるファン雑誌がどのように機能していたのかを確認しておこう。映画のファン雑誌に関していえば、1905年に始まった『ヴァリエティ』や、1907年に始まった『ムービング・ピクチャー・ワールド』(*Moving Picture World*)といった映画の製作者、興行者向けの業界紙にかわって、1910年代に入ると一般の観客を対象とした映画専門の雑誌が登場するようになる。最初のファン雑誌といわれる1911年創刊の『モーション・ピクチャー・ストーリー・マガジン』(*Motion Picture Story Magazine*)がそうであったように、当初は映画のストーリーを文章と写真によって紹介する内容が中心であり、『モーション・ピクチャー・ストーリー・マガジン』に始まって、『フォトプレイ』(*Photoplay*, 1911-)、『ピクチャー・プレイ』(*Picture Play*, 1915-)、『モーション・ピクチャー・クラシックス』(*Motion Picture Classics*, 1915-)などが続

いた。1920年代に入るところには、現在知られるファン雑誌のフォーマットが整い、映画のストーリー紹介や批評に加え、映画スターのポートレート写真、インタビュー、ゴシップ、読者からのファンレター、コラムニストによる社説、といった内容によって構成されるようになる。1920年代から30年代を通して全盛期を迎えるファン雑誌は、スターのファッションやゴシップといった面が強調されがちであるが、映画芸術や映画産業のあり方をめぐって、ファン雑誌が果たした役割は大きい。例えば、第一時大戦中の映画のプロパガンダ性、1920年代のファッティ・アーバックルから始まるハリウッドの一連のスキャンダルとヘイズ・オフィスに体现される映画の自主規制、映画のトーキー化に際したスターの浮き沈みといった出来事に、ファン雑誌は貴重な記事を提供している¹⁹⁹。

映画のファン雑誌に対して、ラジオの普及に伴いラジオ専門のファン雑誌も出版されるようになる。ラジオに関する出版物も、映画の業界紙、ファン雑誌と同様の過程をたどり、初期のものでは、ラジオのアマチュア無線を対象とした『ラジオ芸術』(*Radio Art*, 1923-)、『ラジオ放送』(*Radio Broadcast*, 1922-)、ラジオ・デッキ販売者などの業界者向けの『ラジオ・ニュース』(*Radio News*, 1922-) などがある。ラジオのスターや番組を紹介するラジオのファン雑誌が登場するのは1930年代初頭のことであり、『ラジオ・スター』(*Radio Stars*, 1932-)、『ラジオ・ガイド』(*Radio Guide*, 1931-)、『ラジオ・ミラー』(*Radio Mirror*, 1933-)などがこの時期に創刊された。これらのタイトルをみても分かるように、内容は映画のファン雑誌のフォーマットを模倣しているものが多い。

これらの映画、ラジオのファン雑誌は、新聞の映画・ラジオ関連のコラム、ラジオのヴァリエティ番組、ニュース番組との連携が強いことも指摘することができる。例えば、当時のハリウッドのゴシップ・コラムニストとして影響力の強かったロエラ・パーソンズは、1930年代には『ロサンゼルス・イグザミネー』(*Los Angeles Examiner*)の映画関連ゴシップ記事、映画ファン雑誌『モダン・スクリーン』(*Modern Screen*, 1930-)のコラム、ハリウッドのラジオ番組『ハリウッド・ホテル』の放送という三者を掛け持ちしていた。また、ラジオのコラムニストとしてハリウッドでも人気を博したウォルター・ウィンチェルは、元々『ニューヨーク・デイリー・ミラー』(*New York Daily Mirror*)のコラムニストとしてキャリアを築いていた人物であり、新聞とラジオがメディアとして密接に結びついていたのが分かる。

¹⁹⁹ ファン雑誌に関しては、代表的な記事を集めたアンソロジーが何冊か出版されているほかに、近年にはアメリカの映画ファン雑誌の歴史をたどる学術研究も発表されている。Anthony Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine: A History of Star Makers, Fabricators, and Gossip Mongers* (Jackson: University Press of Mississippi, 2010).

『ハリウッド・ホテル』に代表されるハリウッド・スターを招いたヴァリエティ番組は、映画ファン雑誌のコラム記事を担当する記者が、スターのプライベートな出来事や新作映画の内容をインタビューする点において、映画のファン雑誌の記事と同等の役割を果たしていたと考えることができる。さらに、映画のファン雑誌が、本来映画の内容を文章と写真によって小説化することから始まったことを考えるならば、7章でみた『ラックス・ラジオ・シアター』における映画のラジオ・ドラマ化も、ファン雑誌が行っていた映画の小説化を、ラジオの音声によって行ったものと考えられる。このような点から、当時のハリウッドに関わるラジオ番組、またそれに関するラジオのファン雑誌もまた、映画のファン雑誌と同様に、映画史を構築する際の資料として用いることが可能となるといえる。

このような点から、8章ではラジオのファン雑誌の中でも『ラジオ・スター』を取り上げ、そこにみられる映画スターの記事を考察する。まず、『ラジオ・スター』がどのようなファン雑誌だったかといえば、当時の代表的な映画ファン雑誌『フォトプレイ』の一番の対抗馬となった『モダン・スクリーン』の姉妹雑誌として、1932年に創刊されたものである。『ラジオ・スター』には、全国ネットワークのラジオ番組の一覧とランキングが掲載されている他に、メインの記事としては、例えばラジオのスターの紹介（「ラジオ界の新星ディアナ・ダービン」）、ラジオに対するスターの努力物語（「なぜルディ・ヴァリーはいまだにキングか」）、プライベート面のゴシップ（「ネルソン・エディが結婚しない理由」）といったものであり、『フォトプレイ』といった映画のファン雑誌と類似している。また、雑誌の記事以外の広告についても、映画のファン雑誌と同様、女性の化粧品、下着、ダイエット・サプリに関するものが多く、想定されている雑誌の読者層が、映画のファン雑誌のものと同じであると考えられる。

1932～38年の『ラジオ・スター』の記事を扱うにあたり、1930年代を通じた同雑誌の記事の変遷を概略すると、次のようになる。まず、1932～33年の初期の段階では、記事はラジオに特化した内容のものが多く、例えばラジオ放送の舞台裏、ラジオにおける効果音の入れ方といった記事が目立ち、取り上げられるスターもラジオ専門の歌手が圧倒的に多い。これが、映画産業とラジオ産業の提携が強まる1934～36年になると、ラジオ界から映画に出演するようになったスターの報告が多くなるのと同時に、映画スターによるラジオ評（「メアリー・ピックフォードが語るラジオの長所・短所」、「ロバート・モンゴメリがラジオに物申す」、「ジンジャー・ロジャースはラジオがお好き」等）が頻繁にみられるようになる。これが1937～38年になると、『ラジオ・スター』で扱われるスターとは、ラジオに出演する映画スターとなり、新作映画の広告を含め、『ラジオ・

スター』は映画のファン雑誌と区別がつかない内容となる。

8.2. スターのタイプ別分析

ここからは、映画とラジオが共存していた時代のスターの表象について、スターをタイプ別に分けて考察する。特に、トーキー以前のメディアで活躍していた前時代のスター、男性スターと女性スターというジェンダーの対比、映画の歌手とラジオのダンサーという三つのテーマから、声と身体がいかに関わり合っているか、その相互関係を考察する。

8.2.1. 前時代のスター

ここでは、サウンド映画、及びラジオが普及する以前のメディアを通して知られていたスターが、これらの新しいメディアにどのように対応していったのか、あるいはどのような見解を持っていたのかを検証する。具体例として、無声映画のスターとして知られるメアリー・ピックフォードと、ブロードウェイの父とも呼ばれる舞台のミュージカル・コメディのスター、ジョージ・M・コーハンを取り上げる。

映画のサウンド移行期がもたらした変化の一つとしてしばしば取り上げられるものに、映画俳優の声の問題があり、無声映画のスターがいかに関わり合いの移行に成功したか／しなかったかが、映画史においてもしばしば語られる。無声映画のスターの中でも、特にラジオとの提携やラジオ出演に熱心だったのが、メアリー・ピックフォードである。ピックフォードは、アメリカの映画産業におけるスター・システムの確立を語る上でなくてはならない大スターであるのと同時に、チャップリン、フェアバンクス、グリフィスと共に 1919 年にユナイティッド・アーティストを立ち上げた映画界のパイオニアでもある。俳優のみならず、プロデューサーでもあったビジネス・ウーマンとしてのピックフォードは、映画とラジオの提携の重要性を早くから訴えていた。

映画の製作者、ことに興行者は、最近までラジオを娯楽界の“悪い狼”とみなして、ラジオがビジネスをつぶしてしまうと嘆いていました。しかし、今は大きな変化がみられます。映画の製作者たちは映画の宣伝のためにラジオを使い、自社のスターをラジオに出演させるほどです。実際、スタジオの中には、ラジオと経済的に

重婚とも呼べる統合を行っているところもあります。このスキャンダラスな状況を、情報あさりの記者たちは忘れてしまっているようです。(中略)

映画に関していえば、私はこれを好機と考えます。競争というものは、常に改善を促す契機になるものです。ラジオ、さらに将来的にテレビは、映画にとって利益をもたらすもので、脅威ではあり得ません。競争は新しい企画を生み、停滞を防ぎます。我々が何もせずに座っているだけでは、生存の法則によって淘汰されるでしょう。しかし、映画産業はこれまでそういう道を選択しませんでした。映画は常に進歩とともにあり、競争の中で生き残ってきたのです。²⁰⁰

特にピックフォードは、当時実験的に開発が行われていたテレビに期待し、「ラジオ、さらにはテレビジョンが昔のニッケルオデオン時代の映画のように発達したら、自分はプロデューサーとして身震いする」²⁰¹と答えている。

メアリー・ピックフォードは、1929年に彼女の最初のトーキー『コケット』(*Coquette*, 1929)でその年のアカデミー主演女優賞を取ったが、その後は夫のフェアバンクスと共演した『じゃじゃ馬馴らし』(*The Taming of the Shrew*, 1929)の他、トーキー映画に三作出演した後、1933年に映画界を引退している。それに代わってピックフォードが始めたのがラジオ放送であり、1933年2月にはNBCから放送された『ハリウッド放送』(*Hollywood on the Air*)に映画スターの一人として出演している²⁰²。また、1934年からは、メアリー・ピックフォードが主演する30分のドラマ番組を開始している²⁰³。

ピックフォードはラジオのファン雑誌において、自分がいかにこの新しいキャリアに乗り気であるかを語っている。

ラジオは今私の一番のお気に入りでもっとも大事なキャリアです。もちろん、舞台や映画のことは忘れてはいません。ただ、私はいつも女性というものは二つキャリアを持つべきだと思っています。一つは基礎となるバックグラウンドのもの、もう一つは純粋に楽しみのためにやるものと。私の場合は、映画がもちろんバックグラウンドで、ラジオは純粋に興味からやっています。(中略)すべてが新しいラジオに、私は圧倒され、夢中になっています。見えないアーティストが見えない観客に向かっ

²⁰⁰ “The Big Bad Wolf Has Been Muzzled,” *Hollywood Reporter*, December 1934.

²⁰¹ “Welcome to Pickfair,” *Radio Stars*, April 1936, p. 26.

²⁰² “Hollywood on the Air,” *Radio Stars*, February 1933, pp. 35, 50.

²⁰³ “Mary Pickford Drama,” October 3, 1934 – March 27, 1935. *Dunning*, p. 441.

て行うサウンドとミステリーの芸術は、息をのむものです。²⁰⁴

ピックフォードはここで、映画では失敗した場合に監督が「カット」をかけること、舞台ではアドリブでごまかすことができても、ラジオではいったんスタジオに入って放送が「オン・エア」になると、何も修正ができないスリルを語っている。ピックフォードのプライベートの面では、1936年にダグラス・フェアバンクスと離婚し、パラマウントの若手俳優であり、バンド・リーダーとしてラジオにも出演していたバディ・ロジャースと再婚したことなども重なり、彼女のスターのイメージ転換の意図もあったのだろう。当時のファン雑誌では、「アメリカの恋人」であるピックフォードが、いまや「ラジオの恋人」であるという見出しで、ピックフォードのラジオ出演を報告している²⁰⁵。

一方、ピックフォードがラジオの欠点として挙げているのが、コマーシャルの存在である。数多いコマーシャルは、観客の注意を散漫にするだけでなく、せっかくのいい番組でもコマーシャルの存在によって観客がチャンネルを変えてしまうことを嘆いている。また、コマーシャルを中心とするスポンサーの存在は、ピックフォードやフェアバンクスといった自分の製作プロダクションを持つレベルのビック・ネームのスターを主演とする番組において、スポンサーとスターの名前のどちらを先に出すかというクレジットの問題から、契約を滞らせることがあった²⁰⁶。この他、ピックフォードは、ラジオ番組の準備期間が十分でないこと、チャンネルが多いために、興味深い番組の時間が重なってしまうことなどを欠点として挙げている。また、ピックフォードは映画の自主規制も含めて、メディアの今後の発展のためのラジオの検閲の必要性を訴えている点も興味深い²⁰⁷。

実際、ピックフォード自身のラジオ番組は短期間で終わり、その後ピックフォードがラジオのパーソナリティとして大成したという展開にはならなかったが、無声映画期を代表する映画スターが、トーキーへの転向と同時にラジオでのキャリアを考えていた一例が分かるだろう。実際、無声映画で知られる俳優の中には、歌を得意としたグロリア・スワンソンをはじめ、声による演技を得意とする俳優も少なくなく、そういった俳優は長編映画での主演という形では成功しなくても、『ラックス・ラジオ・シアター』といったハリウッド発のラジオ番組のゲスト枠で、こういった声の才能を披露することになった。

²⁰⁴ “The Thrill of My Life,” *Radio Stars*, March 1935, pp. 14-15, 69.

²⁰⁵ “The Sweetheart of the Air,” *Photoplay*, March 1935, p. 71.

²⁰⁶ “Fairbanks’ Ad Reticence Forestalls Radio Deals,” *Variety*, March 1, 1932, p. 58.

²⁰⁷ “Welcome to Pickfair,” *Radio Stars*, April 1936, p. 85.

では、舞台で活躍するスターはどうだったのか。映画のトーキー化に際し、ブロードウェイの舞台から多くの俳優がハリウッドの映画界に入ったことはよく知られている。しかし、例えばキャサリン・ヘップバーン、ベティ・デイヴィス、スペンサー・トレイシーといった舞台出身で後に映画スターとして成功した俳優も、トーキー到来時には舞台でまだ若手の俳優として活動していたのに過ぎず、俳優としてのキャリアを大成するのは映画ということになる。一方、彼らの上の世代で既に舞台で大成していた俳優は、例えばジョン・バリモアのように無声映画に既に出演していることが多い。舞台俳優として名を成し、かつ無声映画には出演せず、トーキー以降に映画に出演するようになる俳優には、歌手などのミュージカル・シアター出身の人材が多く、代表的な人物としてアル・ジョルソンがいるのはいうまでもない。

一方、ブロードウェイでは大御所でありながら、映画にほとんど出演しなかった俳優として、ジョージ・M・コーハンがいる。コーハンは、俳優であるだけでなく、脚本家、作曲家、作詞家、監督、プロデューサーでもあり、アメリカのミュージカル・シアターの基礎を作った「ブロードウェイの父」と呼ばれる人物である。また、第一次大戦中は「オーヴァー・ゼア」(Over There) といった戦歌を作曲して広めた愛国者とも知られ、現在では 1942 年にジェームズ・キャグニーが演じた伝記映画『ヤンキー・ドゥードル・ダンディ』(Yankee Doodle Dandy, 1942) を通して知られているだろう。D. W. グリフィスといった無声映画のパイオニアたちと同世代のコーハンは、1900 年から 1930 年代半ばまでの約 30 年間、作曲した歌 500 近く、オリジナルの戯曲も 50 を超えるほど多作だったが、映画の出演に関しては、無声映画時代に二本、トーキー以降に二本出演したのみである。映画への出演が少なくてもラジオに出演する舞台俳優がいる一方で、コーハンは、ラジオの出演にも消極的であり、1936 年の『ラジオ・スター』の記事では、自分がなぜラジオ出演のオファーを断るのか、ラジオのエンターテインメント・メディアとしての特徴を語っている。

ラジオによって提供されるエンターテインメントは、舞台や映画によって提供されるものと大きく異なる。ラジオ番組は一瞬にして全国の人々に提供され、次の夜にはもう過去のものだ。舞台のショーや映画は、一度に 300~400 人の観客に提供され、大きな映画館であれば、一度に 3000~4000 人に見てもらえることができるだろう。

この前提を理解した上で、あえて言わせてもらえば、ラジオの最大の欠陥は、あまりに似た内容の番組が多いことである。数が多ければ、その分質の悪い番組が入

ってくるのは当然だが、これほど同じ内容が繰り返されては、リスナーにとっていいことはない。(中略) このマネっこの傾向はラジオが映画から引き継いだものだ。一つの番組がヒットすると分かると、それと同じことをどのネットワークでもやろうとする。映画も同じだ。ギャング映画がはやったかと思うと、次は G メンの映画ばかりになり、今度の『戦艦バウンティ号の叛乱』(*Mutiny on the Bounty*, 1936) の公開で、しばらくは海賊船と宝島の映画が次々に出るに違いない。²⁰⁸

さらに、コーハンによる映画とラジオの類似は、コピーの傾向にとどまらず、今日のラジオ・ドラマにみられる西部劇が、ニッケルオデオン時代のカーボーイとインディアンの映画のリバイバルであると指摘している。また、映画が“フリッカー”と呼ばれた時代から大きく進歩したのと同じように、ラジオ番組においても大きな改善がみられることを予測している。コーハンは、質の高い例外的なラジオ番組として、歌手のルディ・ヴァリー、俳優のレズリー・ハワードのものを挙げ、その他としてはニュース番組が最も価値のあるラジオ番組であるとしている²⁰⁹。

映画、ラジオ共に関心を示さなかったコーハンだが、彼は 1933 年に 13 週間の契約で一度ラジオ番組を受け持っている。前年の 1932 年には、当時の大統領選を皮肉った映画『お化け大統領』(*The Phantom President*, 1932) で主演しており、このラジオ番組も、ルーズベルト大統領のニュー・ディール政策にちなんだコーハン作曲の歌が使われている。この番組において、コーハンはコマーシャルのアナウンスまでも自身が行うワンマー・ショーを行い、ラジオのコマーシャルが番組の他の部分と断絶しない方法を提案したとされている。舞台の製作では脚本から監督まですべて自分でこなすコーハンにとって、ラジオの（そしておそらく映画も同じく）一番の不満は、スポンサーから押しつけられる枠であり、外部の制約がある限り、活動の場としてラジオは選ばないと答えている²¹⁰。

このように、ラジオに映画と同様の新しいメディアの可能性を期待するメアリー・ピックフォードと、映画同様の反復性と外部の制約を嫌うコーハンは対照的である。しかし、無声映画、舞台というそれぞれ古いメディアで知られる二人が、新たなメディアであるラジオに世代交代も含めて完全に移行できなかったのは確かである。では、サウンド映画やラジオの発展とまさに世代を同じくしたスターはどうだったのか。それを次に

²⁰⁸ “Am I Wrong about Radio?” *Radio Stars*, April 1936, pp. 24-25.

²⁰⁹ *Ibid.*, pp. 89-90.

²¹⁰ *Ibid.*

みてよう。

8.2.2. ジェンダーの違い

1930年代の後半から、ハリウッドのトップ・スターがラジオ・ドラマ番組をはじめとして次々とラジオに出演するようになったことは7章で述べた。彼らのラジオ出演は、映画におけるスターのイメージと同じものだったのか、あるいは異なっていたのか、またラジオでのイメージが映画におけるスター性にどのような影響を与えたのか。ここでは特に、男性スターと女性スターというジェンダーの分類で検証してみよう。

まず問題になるのは、本来スクリーンに映される映画スターが、声のみのラジオに出演して意味があるのかということである。1936年に『ラックス・ラジオ・シアター』が始まると、『ラジオ・スター』では美男・美女の映画スターのラジオ出演についてコラムを組んでいる。例えば、「ラジオでグラマーは出るか？」という問いかけで、マレーネ・ディートリッヒのスクリーンでの魅力が、ラジオで生かしきれているかどうかについて、次のような記事がある。

ラジオでグラマーは出せるのか？もちろん、映画でグラマラスな女性を連れてきて、ラジオでも彼女が持っているその何かを出すことは可能なのではないか。ハリウッドはグラマーの宝庫であり、グラマラスな女性といえばガルボとディートリッヒである。ガルボは元から口数が少ないので、ここではディートリッヒについて考えよう。マレーネはクラーク・ゲーブルと共に『ラックス・ラジオ・シアター』に出演したばかりだ。このために、番組のスポンサーは多大な出演料を払って、第一回目の放送を大々的に宣伝した。スポンサーが初回をなるべく大きなイベントにしたかったことは当然としても、ここで一つ問いがある。マレーネがオファーを受けたのは、その名前のステータスからか、それとも、彼女がラジオでのエンターテイナーにふさわしい素質を持っているためだろうか？²¹¹

この問いに対し、『ラックス・ラジオ・シアター』のホストを務めた映画監督のセシル・B・デミルは、ディートリッヒがラジオにおいても十分スターとして価値のあることを語っている。

²¹¹ “Can Radio Translate the Charm of Marlene Dietrich?,” *Radio Stars*, November 1936, p. 21.

マレーネ・ディートリッヒのパーソナリティがラジオに出るかって？もちろん答えはイエスだ。彼女は人柄がグラマーだけでなく、その声もグラマーだからだ。彼女は声を通して感情を表すことができる。私に言わせれば、声は彼女の中で最もグラマラスな部分の一つだ。²¹²

一方、番組のプロデューサーのダニー・ダンカーは、放送の際にその場にいた観客から感想をきいても、ディートリッヒに対する反応は非常によく、再びラジオ出演を依頼する方針であると話している。しかし同時に、番組でディートリッヒがアンコールの代わりに歌ったディートリッヒの十八番、「また恋におちて」(Falling in Love Again)については、ラジオで放送を聞いていた観客から、次のような感想を得たことを報告している。

ディートリッヒのドラマの部分は非常によかった。しかし、彼女が歌った「また恋におちて」については、あまり好きにはなれなかった。彼女の話し言葉は十分素晴らしいが、歌声に関しては、彼女の歌う技能がそれほどないのか、ラジオに適していないのか、どちらかだろう。(中略)ディートリッヒの歌声は、彼女を聞いてかつ見ている人にはいいが、見ていないラジオのリスナーに対しては、もっとテクニックを習得する必要があるだろう。²¹³

ここから分かるのは、ディートリッヒのラジオでの声は、歌唱力といったそれ単独の技術によって好評を得たのではなく、彼女のスクリーンのペルソナを体現するものとして機能していることが分かる。この『ラジオ・スター』の記事の結論としては、ハリウッドのグラマー女優の中には、その魅力をラジオという形で翻訳できる人と、他のコメディ・スキットや歌唱力を売りにした番組に見劣りしてしまう人と、両方いるというものになっている。

これに対して、マレーネ・ディートリッヒと『ラックス・ラジオ・シアター』で共演したクラーク・ゲーブルは、ラジオに適した人材とは、ネルソン・エディのような歌手、エディ・カンターのようなコメディアン、またウォルター・ウィンチェルのようなコメンテーターであり、どれにもあてはまらない自分は、ラジオでもラヴ・シーンを演じる

²¹² Ibid., p. 54.

²¹³ Ibid.

しか芸がないと答えている²¹⁴。さらに、ラジオのアーティストとして女性より男性の方が多いことについて、以下のように答えている。

私がこれまで見たラジオ番組に出演する女性は皆美しい人ばかりだった。しかし、舞台や映画に比べるとその数は少ないかもしれない。そこにははっきりと理由があるだろう。美しい女性は、当然聞かれるより見られる方を好むものだ。美しさを“聞く”ことはできないのだから。この解決方法としては、テレビが挙げられる。しかし、テレビが普及するまでは、美しい女性は見られるメディアで活躍することになるだろう。ラジオの美しい女性とは、盲目の男性と結婚した美人のようなものだ。もしその美しい女性が、ラジオと映画の両方で知られているなら話は別だ。例えば、ジャネット・マクドナルドやグレース・ムーア、グラディス・スウォーサウトのように。ファンは彼女たちの映画を通してその容姿を知っている。彼女たちがラジオによってその歌声の美しさを披露し、ファンはその歌声を通して彼女たちの身体の美しさを視覚化することができる。²¹⁵

こういった点から、ゲーブルは「ラジオは女性のメディアというよりも、男性のメディアである」と結論している。実際、当時は女性の声よりも男性の声の方がラジオに適切であるとされ、アナウンサーとして女性を起用することはほとんどなく、ジェンダーによる棲み分けが映画や舞台よりも強かったとされる²¹⁶。

この見られることをめぐるジェンダーの対比については、リック・アルトマンがバックステージもののミュージカル映画の構造を論じる際にも触れている。アルトマンの指摘によれば、ショーの場面における映画の映像帯と音声帯は、それぞれ映像は女性、音声は男性というように分担されることが多いという。例えば、バズビー・バークレーの振り付けによる『泥酔夢』(*Dames*, 1934)における「僕の目は君に」(*I Only Have Eyes for You*)のナンバーでは、ディック・パウエルの歌に合わせて、画面上にはルビー・キラの姿が万華鏡のように次々と展開していく。これはミュージカル映画が、「舞台のスペクタクル＝美しい女性、それを見る観客＝男性」というジークフェルド・フォリーズに代表される舞台の伝統を引き継いでいるためであり、歌の歌詞も男性が美しい女性を称えるというテーマで構成されることが多い。ここでは、男性の歌手が映画の画面で自

²¹⁴ “Do You Want Me on the Air?,” *Radio Stars*, October 1936, p. 58.

²¹⁵ *Ibid.*, pp. 59-60.

²¹⁶ Hilmes, *Radio Voices*, p. 141.

分の身体を確保する代わりに、全く別の身体＝女性の身体が男性の声との対比の中で提示されている²¹⁷。

ラジオの女性出演者が（せつかく美人でありながら）見えないという欠陥を補うものとして、『ラジオ・スター』をはじめとしたラジオのファン雑誌では、ラジオの女性歌手の全身像を写した写真の掲載が多いことを指摘しておこう。同時代の映画のファン雑誌をみると、ファッションの紹介などの場合を除いて、掲載用のスターの写真としては、男性・女性共に顔のクロースアップを写したものが圧倒的に多い。それに対して、ラジオのファン雑誌の場合には、顔に比べ特に女性の場合全身を写した写真が多く、彼女たちがラジオの美しい声に見合う容姿を持っていることが証明されている。このようなラジオの女性歌手の代表的な例が、後にビング・クロスビーとボブ・ホープの道中記映画でヒロインを演じるドロシー・ラムーアである。彼女は、W. C. フィールズ、腹話術師のエドガー・バーゲンなどと共に、ラジオ番組『チェース・サンボーン・アワー』（*Chase and Sanborn Hour*）に出演していたが、同時期にはパラマウントの『ジャングルの女王』（*The Jungle Princess*, 1936）、ジョン・フォードの『ハリケーン』（*The Hurricane*, 1937）など、ジャングルや南の島のヒロインを映画で演じることが多くなった。『ラジオ・スター』には、ラジオに出演するドロシー・ラムーアの紹介として、彼女が映画のために露出度の高い衣装を身にまとっている姿の写真が掲載されている²¹⁸。

このように、ラジオ出演に関しては、見る／見られるの関係により、男性スターと女性スターの間で違いがみられる。しかしまた、映画スターはすべて見られる対象になるという点で、男性のスターも多かれ少なかれその見かけを映画で知られている必要があったはずである。次には、この問題を歌手とダンサーという対比で考察したい。

8.2.3. 歌手とダンサー

映画がトーキー化した際の目新しさの一つに、それまで身体しか見えなかったスターの声が初めて聞けるというものがあった。各スタジオの新しいトーキー映画は、「～がしゃべる！」という宣伝文句で公開され、声を持つことによってトーキー化に成功したスターとそうでないスターがいたことはよく知られている。一方、トーキーに適した新たな人材として、歌手やコメディアンといったラジオの有名人が映画に出演するようになったが、それらの映画は逆に、声しか聞こえなかったラジオ・スターの姿を初めて目に

²¹⁷ Altman, *The American Film Musical*, p. 214.

²¹⁸ *Radio Stars*, January 1938; April 1938.

できることが観客の関心を集めた。この場合もまた、身体を持つことによって成功したスターとそうでないスターがいたのであり、その代表的な例として、当時流行していたラジオ歌手、“クルーナー”(crooner)が挙げられる。

クルーナーとは、クルーニングと呼ばれるソフトで感傷的な歌い方をする歌手を指すが、1920年代末から始まるクルーナーの人気には、マイクとラジオの普及が大いに関係している。それ以前の一般的な歌手(singer)は、例えばブロードウェイのスターだったアル・ジョルソンやエディ・カンターのように、舞台上で遠くの観客席にまで聞こえる発声法で、常に身振りやパフォーマンスを伴いながら歌うのが基本だった。これに対してクルーナーの歌い方は、マイクの機能を利用する声量を抑えたもので、ラジオを聞いている個人に直接向けられることを前提にしていた。ちょうどカメラを使ったクロースアップという技法が、映画における俳優の演技と観客との距離を変えたのと同じように、マイクを使ったクルーニングは、歌手の歌い方と観客との関係を変えたのであり、ラジオを通してささやきかけるように歌われるラブ・ソングは、セックス・アピールがあるとして女性から絶大な人気を得た。しかし一方で、クルーナーの声が肉体的な訓練を要する声量を伴わないことから、女々しいあるいは不道德だという批判もあり、クルーナーという名称自体が、正統な歌手に一步劣るという揶揄をこめて使われる場合もあった。

映画に出演した代表的なクルーナーであるルディ・ヴァリーとビング・クロスビーについて、アリソン・マクラッケンが興味深い指摘をしている。マクラッケンは両者を比較し、映画スターとしてのイメージは確立できなかったヴァリーと、30年近くラジオと映画の双方でスターとして活躍したクロスビーとでは、映画における描かれ方、特にその身体性が異なると言う。具体的には、ヴァリーの初主演作である『放浪の恋人』は、ヴァリーの歌をメインにした映画であり、そこでのヴァリーは恋に悩める繊細な青年という設定で、歌う・話す以外の身体的な動きが少なかった。これに対してクロスビーは、映画のキャリアをマック・セネット社の短編コメディに出演することから始め、それらの映画では歌うことの他に、ライオンに追いかけられて走り回るといったスラップスティックを頻繁に行った。マクラッケンはこのような分析を通して、伝統的なアメリカの男性像に対して身体性が希薄であることから批判されてきたクルーナーが、アメリカ文化のスタンダードとして定着していく過程を次のようにまとめている。

ハリウッドはリスクの伴うサウンド映画への移行期に、クルーナーの人気を批判は抜きにして映画に取り入れることに熱心であり、結果的にはハリウッドのおかげで、身体のないラジオ・クルーナーへの批判が和らげられたといえる。特にビング・ク

ロスビーの初期の短編映画は重要な模索期間であり、それらを通してハリウッドは、批評家と観客の双方を満足させ得る、男性的なクルーナーの人物像を形作っていった。²¹⁹

マクラッケンが注目するクロスビーの身体性は、当時のファン雑誌における映画の広告からより明らかになるだろう。クロスビーの映画初主演作となった短編映画『君に降伏（日本未公開）』（*I Surrender, Dear*, 1931）は、「ビングの存在に加え、セネットのおなじみの素晴らしいギャグとロマンチックになりすぎないプロットが、半時間のお楽しみを提供」²²⁰ と説明され、ヴァリーのセンチメンタル路線とは異なることが指摘されている。また、クロスビーをラジオで聞きなれている観客に彼の映画を見ることを促す例では、次のようなものがある。

ビング・クロスビーをスクリーンで見よう！ 彼の歌声に魅了されたように、彼の映画での人物像にも魅了されるでしょう。短編コメディで彼を見て聞くまでは、ビング・クロスビーが持つ魅力の半分しか分かりません。ラジオの偉大な歌声の持ち主は、チャーミングで熟達したスクリーンの人物像でもあるのです²²¹。

この広告では、クロスビーのラジオでの歌声と映画でのパーソナリティが対比されている。この対比から強調されるクロスビーの人物像とは、言い換えればラジオでは失われている彼の身体性であり、その魅力はクロスビーが映画で行う「陽気な仕草」や「楽しい寸劇」を通して伝えられることになる。

クルーナーの問題からは、人物の声と身体が常に一体である舞台のライブ・パフォーマンスに対して、ラジオは人物の声だけをその身体から切り離して表象するメディアであったことが分かる。ラジオに対してサウンド映画は、その声が本来の身体を取り戻す場を与えていたといえるのであり、4章でみた『ラヂオは笑ふ』といったラジオのスターの紹介映画は、ラジオのスターがその身体を披露する場としての役割も担っていたのである。

²¹⁹ Allison McCracken, "Real Men Don't Sing Ballads: The Radio Crooner in Hollywood, 1929-1933," *Soundtrack Available: Essays on Film and Popular Music*, ed. Pamela Robertson Wojcik and Arthur Knight (Durham: Duke University Press, 2001), pp. 107-108.

²²⁰ "Short Subjects of the Month," *Photoplay*, September 1931, *The Movie Musical: From Vitaphone to 42nd Street, As Reported in a Great Fan Magazine*, ed. Miles Kreuger (New York: Dover, 1975), p.280.

²²¹ "Short Subjects of the Month," *Photoplay*, March 1932, *The Movie Musical*, p.294.

同様のことは、女性の歌手においてもあてはまる。1933 年から始まったミュージカル・リバイバルの流れの中で、コロンビア社は 1934 年 9 月に『恋の一夜』(*One Night of Love*, 1934) を公開した。これは、メトロポリタンのオペラ歌手であったグレース・ムーアを主演にした映画で、オペラ歌手を志望するアメリカ人の女性がイタリアに渡り、歌の教師との恋に悩みながらメトロポリタンの歌手になるまでを描いた、オペラ歌手版のバックステージものである。ムーアは、アル・ジョルソンの場合と同様、初期のトーキー・ブームの際にハリウッドに呼ばれ、MGM の『忘れじの面影』(*A Lady's Morals*, 1930) と『ニュー・ムーン』(*New Moon*, 1931) に出演したが、映画の興行的な失敗とミュージカル映画全般の停滞により、映画との関わりはその二本きりになっていた。『恋の一夜』は、いわば彼女の映画再挑戦ともいえる作品だったが、前の MGM の二本とは違ってロング・ランを記録するヒット作となり、1930 年代を通して続くオペラ映画ブームを引き起こすことになった。

『恋の一夜』における一番のスペクタクルはグレース・ムーア本人であり、それはナンバーを歌っている彼女の顔のクローズ・アップが頻出する形で現れる。『恋の一夜』の成功後、ムーアの他にも、リリー・ポンズ、グラディス・スウォーサウトといったオペラ歌手が映画に出演したが、その歌声が美しいのは当然として、彼女たちが「顔も見目麗しく、オペラ・スターは皆デブでブスで年増であるという先入観を改めさせてくれる」²²² ことが映画の宣伝の中核になっていた。ムーアは、最初の映画出演から『恋の一夜』までの二年近いブランクの間、歌っている時の顔が舞台でみられる大げさな表情ではなく、映画向けの「まるで歌っていないかのような」自然な表情になるように、鏡を見ながら訓練したと語っている²²³。美しい歌声で歌っている歌手を、観客の想像通り（あるいはそれ以上に）美しく見せることへの熱意は、以下のような批評にもみてとることができる。

歌手でカメラに向かってこれほど口を開けて、それでもなお、おかしく見えないようにするには、撮影部門との強力な提携が必要である。コロンビア社はオペラ歌手のクローズ・アップを見せるが、それらのクローズ・アップは、スタジオの古典ともいうべき技能と工夫の証しである。²²⁴

²²² “Gladys Swarthout,” *Photoplay*, December 1934, p. 88.

²²³ “The Most Exciting Woman in Hollywood,” *Photoplay*, October 1934, p. 88.

²²⁴ “The King Steps Out,” *Variety*, June 3, 1936.

このような映画を、歌手が出演するラジオの音楽番組と比べた場合、ラジオにはない映画の見所とは、画面に映し出される歌手の顔・身体そのものになる。1934 年以降、クラシック音楽の系統では、MGM のジャネット・マクドナルドとネルソン・エディのコンビ、ユニヴァーサル của ディアナ・ダービン、ポピュラー音楽の系統では、パラマウントのビング・クロスビー、20 世紀フォックスのアリス・フェイといった歌手が、映画に出演するようになる。彼らの出演作がミュージカル映画として人気を博したということは、特に観客がこれらの歌手の声を既にラジオで聞いているという前提を考慮した場合、歌手の顔・身体そのものが、コーラス・ガールの華麗な振付に代わるスペクタクルを提供していたと考えることができる。

歌手が映画に出演して身体を見せることが求められる一方、いわば身体の動きによって知られるスターがラジオ出演を行うこともあった。その代表的な存在がダンサーであり、1930 年代ではフレッド・アステア、エレノア・パウエルなどが挙げられる。

アステアの場合は、まず 1935 年に音楽番組のラジオ『ラッキー・ストライク・ヒット・パレード』(*Lucky Strike Hit Parade*) に出演し、ラジオのパーソナリティとしても人気を博した²²⁵。次にアステアが出演した『パッカード・プログラム』(*Packard Program*) は、1934 年から始まり、当初はバリトン歌手で映画にも出演していたローレンス・ティボットがホストを務めていたものだったが、1936 年の第 3 シーズンからフレッド・アステアがホストを務めることになり、60 分のミュージカル・ヴァリエティ番組として人気を博した。番組の内容は次のように説明されている。

現在映画界の興行成績ナンバーワンの踊るフレッド・アステアは、同じ成功を NBC の『パッカード・プログラム』でも行っている。毎週火曜日、東海岸時間午後 9 時半から始まるこの番組は、チャールズ・バタワースによるコメディ、ジョニー・グリーンによる音楽、フランチェスカ・ホワイ、トルーディ・ウッド、コンラッド・ティボルトによる歌を加え、アステアは歌、ダンス、エムシーなどを多才にこなし、時にはピアノやアコーディオンのユニークな演奏を披露してくれる。²²⁶

この説明にある通り、番組ではアステアは RKO で主演した映画の歌を歌い、かつ踊るのに加え、コメディアン of チャールズ・バタワースとの掛け合いと、新しいポップ・

²²⁵ “For Distinguished Service to Radio: Lucky Strike Hit Parade,” *Radio Stars*, December 1935, p. 19.

²²⁶ “NBC Photo,” December 15, 1936, Biography Photographs of Fred Astaire, MHL.

ミュージックの紹介によってホストをこなしている。アステアがこの番組のホストを務めたのは1936年～37年のシーズンに限られたが、数あるラジオ番組の中でも際立ったものとして、ファン雑誌『ラジオ・スター』においても表彰されている²²⁷。映画のダンスで有名なアステアが、どうやってラジオのスターになれるかという問題だが、ラジオの放送でもアステアはダンスを披露し、それはタップ・ダンスの音によって示唆されることになる。下に引用する『踊らん哉』の広告文からは、アステアのラジオでの活動と、彼のアイデンティティを証明する音声はタップであるという観客側の認識が確認できる。

ハリウッドの中でも一番の働き者であるダンシング・スターは、アメリカの電信から毎週放送もしている。彼はラジオが好きで、番組がスムーズに進むことを心から楽しんでいる。しかし、ラジオにおいてさえ彼のダンスは止まるところがない。彼のファンが歌の合間にも軽快なタップを入れるようにとリクエストするからだ。²²⁸

アステアの他にラジオに出演したダンサーとしては、MGMのエレノア・パウエルがいる。パウエルもまた、ラジオにおいてはダンスの他に歌、コメディ・スキットを披露しているが、『ラジオ・スター』のインタビューに対しては、自分がこれまでやってきた舞台、映画に対し、ラジオはダンス以外の才能を披露できる場として非常に楽しみにしていると語っている。逆にパウエルの場合は、ラジオでタップ・ダンスを披露するのは退屈であるとして、タップの音をラジオで聞かせることに反対している²²⁹。また、アステアのダンスのパートナーとして人気を博していたジンジャー・ロジャースも、ラジオの新しい可能性に大いに期待し、「舞台、映画、ラジオのキャリアの中では、自分はこれからラジオを選ぶ」という発言までしている²³⁰。こういったダンサーによるラジオ出演への意気込みは、1930年代後半のハリウッドのラジオ熱という時代背景の上で成り立ったものだろう。しかし、歌手がその身体性の提示から映画出演を求められたのと同じように、ダンサーもまた、踊る以外の能力を証明する場として、ラジオ出演を求められていた状況が分かる。

ラジオにおける映画の予告編や映画のラジオ・ドラマ化は、映画の音声帯だけが独立して受容されるものであり、ちょうど映画のスチル写真やスターのプロマイドによって、

²²⁷ “For Distinguished Service to Radio: Packard Program,” *Radio Stars*, May 1937, p. 19.

²²⁸ “Reproduction of an original campaign book for *Shall We Dance*,” Astaire & Rogers Ultimate Collector's Edition, DVD, Turner Entertainment Co. and Warner Bros. Entertainment Inc., 2006.

²²⁹ “I Like Radio Best,” *Radio Stars*, February 1936, p. 43; April 1936, pp. 31, 62-63.

²³⁰ “I'd Give Up Movies for Radio!” *Radio Stars*, September 1936, pp. 20-21, 66-67.

映画の映像帯だけが個別に受容されるのと対を成している。ラジオ番組が映画スターによって成り立っていたことは、一旦トーキーで人物の声と身体との融合が確立されれば、その後ラジオによって声だけを身体から分離して提示することも、十分な説得力を持って受け入れられていた証拠といえる。スターによる映画とラジオの横断が自在に行われていたのであり、当時の両者の関係については、『ラックス・ラジオ・シアター』にゲスト出演したサイレント期のスター、ダグラス・マクレーンが端的に答えている。

ラジオはおそらくこの一、二年のうちでハリウッドの最も大きな強みでしょう。互いが互いを刺激し合っていると思います。(中略)サイレント期には、俳優は控えめな少年と少女のようで、見ることはできても聞くことはできませんでした。でも今では彼らを見ようと見まいと、聞くことができるのです。²³¹

映画スターによるラジオ番組はその後積極的に行われ、1939年には映画俳優ギルドによる『スクリーン・ギルド・シアター』が始まった。また、『ラックス・ラジオ・シアター』と並んで prestage の高さを誇っていた『マーキュリー・シアター』(*Mercury Theatre*) は、1938年の「宇宙戦争」(*The War of the Worlds*) で大センセーションを巻き起こし、監督であったオーソン・ウェルズが『市民ケーン』(*Citizen Kane*, 1941) を製作する契機となった。

8章では、ラジオのファン雑誌『ラジオ・スター』の記事を通して、前時代のスター、ジェンダー、歌手とダンサーという分類からスターの表象について考察した。1930年代から一大娯楽メディアとして人気を博したラジオに対し、メアリー・ピックフォードといった無声映画期のスターや、ジョージ・M・コーハンといった舞台のスターもまた、自身のパフォーマンスの場の改革を迫られることになった。視覚面を主体とする映画と音声面を主体とするラジオの間では、スターのジェンダーによってその表象に差異があったとはいえ、映画関連のラジオ番組の増加により、1930年代半ばを過ぎると、映画スター＝ラジオ・スターという状況が確立されるようになる。映画とラジオの交流は、それまで声だけで知られていたラジオ・スターに、映画出演という形で視覚的な身体を取り戻す場を与え、逆に映画のラジオ・ドラマ化では、映画スターの声だけがその身体か

²³¹ “Captain Blood,” February 22, 1937, *Lux Radio Theatre*, Internet Archive: <http://www.archive.org/details/Lux02> (November 30, 2011).

ら離れて観客に受容されることになった。ラジオの歌手でその声が特化されるビング・クロスビーが、映画でのキャリアを無声映画期を象徴する存在であるマック・セネットの下で始めたことや、舞台のダンサーで身体の動きが注目されるフレッド・アステアが、映画と両立させるキャリアとして舞台よりもラジオを選んだことは、当時のスターの表象をめぐる映画とラジオの関係が多様であったことを示している。

終章

本論文では、1920年代から1930年代のアメリカ映画史においてラジオがどのような影響を及ぼしたのかを、映画の興行、ジャンル、スター表象の点から考察した。以下に、この検証から得られた成果、映画史研究における意義についてまとめる。

I 部においては、ラジオが映画の興行に与えた影響について、両者の接点として劇場空間としての映画館を設定して考察した。これは、近年特に多様な研究が発表されている映画の興行史、受容史の研究において、家庭空間での受容形態のみが指摘されてきたラジオとの関係を指摘している点に意義がある。映画とラジオの提携は、映画館内でラジオのマイクとアンプによって拡張された音声を聞くという形で無声映画期の段階から構想され、それはサウンド映画の到来に伴う映画館のサウンド・システム導入の流れへと合併する。また、映画館によるラジオ放送を通じた宣伝活動は、ハリウッドの映画スタジオで全国に向けて製作される映画と、実際に観客が映画を見に行く映画館というドメスティックな空間とを結ぶ架け橋として機能していたことが分かった。

II 部においては、サウンド映画の到来によって可能となったミュージカル映画のジャンルの変遷を、映画におけるラジオの主題から考察した。これは、通常舞台から映画へ、ブロードウェイからハリウッドへという図式で語られるアメリカ・ミュージカル映画の歴史に、音楽番組やヴァリエティ番組が豊富だった当時のラジオの存在を加えている点に意味がある。特に、ミュージカル映画のナラティブとナンバーの統合の問題については、1930年代初頭の数年間における変遷を当時の言説から丁寧にたどり、マーク・サンドリッチといった通常ミュージカル映画のジャンル論で取り上げられない監督の作品を分析している点に特徴がある。

III 部においては、映画とラジオを横断する存在として俳優／スターを取り上げ、双方のメディアにおいて彼らの表象がどのように異なるのかを考察した。これは、従来その身体性に特化して論じられてきた映画スターの研究において、ラジオとの関連から声の要素を取り上げている点に意義がある。特に、ハリウッドの映画スターがラジオ・ドラマに出演していたこと自体が映画研究において知られていない事実であり、論文ではス

ターの演技や観客との対峙の仕方に関する当時の様々な言説を、ラジオ番組の録音やラジオのファン雑誌といった資料を通して提示した。

本論文は、ラジオという通常映画研究において取り上げられないテーマに着目し、アメリカ映画史という土俵で、ラジオという視点からいかに既存の映画史を見直すことができるかという挑戦でもあった。映画研究においてこれまでラジオが取り上げられなかった理由には、ラジオ研究自体の問題に加え、映画研究とメディア研究の間の断絶、さらには映画をどのように捉えるかという映画の定義の問題も含まれている。本論文は、映画史における一つの大きな転機とされるサイレントからトーキーへの移行が、電気サウンドという技術革新に端を発する、より大きなメディア変革の一部であるという前提の下に、この映画のサウンド移行期をラジオとの比較を通して再検証することを目的に始まった。本論文で考察した 1920～30 年代における映画館の興行の変化、ミュージカル映画のジャンルの変遷、ラジオに出演する映画スターの表象は、映画研究の中のごく限られた側面に違いない。しかし、そこから明らかになる映画とラジオの関係は、我々に当時の映画を見る／聞く際の新たな可能性を与えてくれるものである。

参考文献一覽

文献、論文

- Abel, Richard, and Rick Altman. *The Sounds of Early Cinema*. Bloomington, I.N.: Indiana University Press, 2001.
- Allen, Robert C. *Vaudeville and Film 1895-1915: A Study in Media Interaction*. Diss. The University of Iowa, 1977. New York: Arno, 1977.
- , and Douglas Gomery. *Film History: Theory and Practice*. New York: McGraw-Hill, 1985.
- Altman, Rick. *The American Film Musical*. Bloomington: Indiana University Press, 1987.
- . *Film/Genre*. London: BFI, 1999.
- . *Silent Film Sound*. New York: Columbia University Press, 2004.
- , ed. *Genre, the Musical: A Reader*. London: Routledge & Kegan Paul, 1981.
- , ed. *Sound Theory, Sound Practice*. New York: Routledge, 1992.
- Archer, Gleason L. *Big Business and Radio*. New York: American Historical Company, 1939.
- Arnheim, Rudolf. *Film Als Kunst*. Berlin: Ernst Rowohlt Verlag, 1932.
- . *Radio*. London : Faber & Faber, 1936.
- Balio, Tino. *Grand Design: Hollywood as a Modern Business Enterprise, 1930-1939*. New York: Charles Scribner's Sons, 1993.
- Baral, Robert. *Revue: The Great Broadway Period*. New York: Fleet Press Corporation, 1962.
- Barnouw, Erik. *A Tower in Babel: A History of Broadcasting in the United States, to 1933*. New York: Oxford University Press, 1966.
- . *The Golden Web: A History of Broadcasting in the United States, 1933 to 1953*. New York: Oxford University Press, 1968.
- Barrios, Richard. *A Song in the Dark: The Birth of the Musical Film*. New York: Oxford University Press, 1995.
- Barry, John F., and Epes W. Sargent. *Building Theatre Patronage: Management and Merchandising*. New York: Chalmers, 1927.

- Belton, John, ed. *Movies and Mass Culture*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 1996.
- Bordwell, David, Janet Staiger, and Kristin Thompson. *The Classical Hollywood Cinema: Film Style & Mode of Production to 1960*. New York: Columbia University Press, 1985.
- Bradley, Edwin M. *The First Hollywood Musicals: A Critical Filmography of 171 Features, 1927 through 1932*. Jefferson, N.C.: McFarland, 1996.
- . *The First Hollywood Sound Shorts, 1926-1931*. Jefferson, N.C.: McFarland, 2005.
- Cantor, Eddie. *Song and Joke Book for 1934*. New York: M. Witmark & Sons, 1934.
- , and David Freedman. *Ziegfeld: The Great Glorifier*. New York: Alfred H. King, 1934.
- Carter, Huntly. *The New Spirit in the Cinema*. London: H. Shaylor, 1930.
- Chion, Michel. *Audio-vision: Sound on Screen*. Trans. Claudia Gorbman. New York: Columbia University Press, 1994.
- . *Film, a Sound Art*. Trans. Claudia Gorbman. New York : Columbia University Press, 2009.
- . *The Voice in Cinema*. Trans. Claudia Gorbman. New York: Columbia University Press, 1999.
- Citron, Stephen. *Noel and Cole: The Sophisticates*. New York: Oxford University Press, 1993.
- Cooke, Mervyn. *A History of Film Music*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- Crafton, Donald. *The Talkies: American Cinema's Transition to Sound, 1926 -1931*. New York: Charles Scribner's Sons, 1997.
- Croce, Arlene. *The Fred Astaire & Ginger Rogers Book*. New York: Dutton, 1972.
- Douglas, Susan J. *Listening In: Radio and the American Imagination*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004.
- Dunning, John. *On the Air: The Encyclopedia of Old-Time Radio*. New York: Oxford University Press, 1998.
- Eyman, Scott. *The Speed of Sound: Hollywood and the Talkie Revolution, 1926-1930*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1999.
- Feuer, Jane. *The Hollywood Musical*. 2nd ed. Houndmills: Macmillan, 1993.
- Folkerts, Jean, and Dwight L. Teeter, Jr. *Voices of a Nation: A History of Media in the United States*. New York: Macmillan, 1989.
- Fordin, Hugh. *The World of Entertainment: Hollywood's Greatest Musicals*. New York: Avon, 1975.
- Giovacchini, Saverio. *Hollywood Modernism: Film and Politics in the Age of the New Deal*. Philadelphia: Temple University Press, 2001.
- Godfrey, Donald G., and Frederic A. Leigh, eds. *Historical Dictionary of American Radio*. Westport, C.T.: Greenwood, 1998.

- Gomery, Douglas. *The Coming of Sound: A History*. New York: Routledge, 2005.
- . *A History of Broadcasting in the United States*. Malden, M.A.: Blackwell, 2008.
- . *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States*. Madison: University of Wisconsin Press, 1992.
- Griffith, Richard, ed. *The Talkies: Articles and Illustrations from 'Photoplay Magazine', 1928-1940*. New York: Dover, 1971.
- Hansen, Miriam. *Babel And Babylon: Spectatorship in American Silent Film*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1991.
- Hark, Ina Rae, ed. *American Cinema of the 1930s: Themes and Variations*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2007.
- Henderson, Mary C., and Alexis Greene. *The Story of 42nd Street: The Theaters, Shows, Characters, and Scandals of the World's Most Notorious Street*. New York: Back Stage Books, 2008.
- Higgins, Scott. *Harnessing the Technicolor Rainbow: Color Design in the 1930s*. Austin: University of Texas Press, 2007.
- Hilmes, Michele. *Hollywood and Broadcasting: From Radio to Cable*. Urbana: University of Illinois Press, 1990.
- . *Radio Voices: American Broadcasting, 1922-1952*. Minneapolis, M.N.: University of Minnesota Press, 1997.
- , and Jason Loviglio. *Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio*. New York: Routledge, 2002.
- Hyam, Hannah. *Fred and Ginger: The Astaire-Rogers Partnership 1934-1938*. Brighton: Pen Press, 2007.
- Jenkins, Charles Francis. *Radiomovies, Radiovision, Television*. Washington, D.C.: National Capital, 1929.
- Jenkins, Henry. " 'Shall We Make It for New York or for Distribution?': Eddie Cantor, 'Whoopee', and Regional Resistance to the Talkies," *Cinema Journal*, 29:3 (Spring 1990), pp. 32-52.
- . *What Made Pistachio Nuts?: Early Sound Comedy and the Vaudeville Aesthetic*. New York: Columbia University Press, 1992.
- Jewell, Richard B. *The Golden Age of Cinema: Hollywood, 1929-1945*. Malden, M.A.: Blackwell, 2007.
- . "Hollywood and Radio: Competition and Partnership in the 1930s," *Historical Journal of Film*,

- Radio and Television*, 4:2 (1984), pp. 125-141.
- Jowett, Garth. *Film: The Democratic Art*. Boston: Little, Brown, 1976.
- Keim, Norman O. *Our Movie Houses: A History of Film & Cinematic Innovation in Central New York*. Syracuse, N.Y.: Syracuse University Press, 2008.
- Kennedy, Joseph P., ed. *The Story of the Films*. Chicago: A.W. Shaw, 1927.
- Koszarski, Richard. *An Evening's Entertainment: The Age of the Silent Feature Picture, 1915-1928*. New York: Charles Scribner's Sons, 1990.
- . *Hollywood On the Hudson: Film and Television in New York from Griffith to Sarnoff*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2008.
- Kraft, James P. *Stage to Studio: Musicians and the Sound Revolution, 1890-1950*. Baltimore, M.D.: Johns Hopkins University Press, 1996.
- Kreuger, Miles, ed. *The Movie Musical from Vitaphone to 42nd Street, as Reported in a Great Fan Magazine*. New York: Dover, 1975.
- Lastra, James. *Sound Technology and the American Cinema: Perception, Representation, Modernity*. New York: Columbia University Press, 2000.
- Levin, Martin, ed. *Hollywood and the Great Fan Magazines*. New York: Arbor, 1970.
- Lichty, Lawrence W., and Malachi C. Topping, eds. *American Broadcasting: A Source Book on the History of Radio and Television*. New York: Hastings, 1975.
- Liebman, Roy. *Vitaphone Films: A Catalogue of the Features and Shorts*. Jefferson, N.C.: McFarland, 2003.
- Lovell, Alan., and Peter Kramer, eds. *Screen Acting*. New York: Routledge, 1999.
- Mast, Gerald. *Can't Help Singin': The American Musical on Stage and Screen*. Woodstock, N.Y.: Overlook, 1987.
- Melnick, Ross. "Rethinking Rothafel: Roxy's Forgotten Legacy," *The Moving Image*, 3:2 (2003), pp. 62-95.
- . "Roxy and His Gang: Silent Film Exhibition and the Birth of Media Convergence." Diss. The University of California, Los Angeles, 2009.
- . "Station R-O-X-Y: Roxy and the Radio," *Film History*, 17 (2005), pp. 217-233.
- , and Andreas Fuchs. *Cinema Treasures: A New Look at Classic Movie Theaters*. St. Paul, M.N.: MBI, 2004.
- Millard, A. J. *America on Record: A History of Recorded Sound*. 2nd ed. New York: Cambridge University Press, 2005.

- Miller, Edward D. *Emergency Broadcasting and 1930s American Radio*. Philadelphia: Temple University Press, 2003.
- Mizejewski, Linda. *Ziegfeld Girl: Image and Icon in Culture and Cinema*. Durham, N.C.: Duke University Press, 1999.
- Morton, David. *Sound Recording: The Life Story of a Technology*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2006.
- Mueller, John. "Fred Astaire and the Integrated Musical", *Cinema Journal*, 24:1 (Fall 1984), pp. 28-40.
- Mundy, John. *Popular Music on Screen: From Hollywood Musical to Music Video*. Manchester: Manchester University Press, 1999.
- Naremore, James. *Acting in the Cinema*. Berkeley: University of California Press, 1988.
- Neal, Steve. *Genre and Hollywood*. London: Routledge, 2000.
- O'Brien, Charles. *Cinema's Conversion to Sound: Technology and Film Style in France and the U.S.* Bloomington: Indiana University Press, 2005.
- Roddick, Nick. *A New Deal in Entertainment: Warner Brothers in the 1930s*. London: BFI, 1983.
- Rubin, Martin. *Showstoppers: Busby Berkeley and the Tradition of Spectacle*. New York: Columbia University Press, 1993.
- Rubin, Rachel, and Jeffrey Paul Melnick, eds. *American Popular Music: New Approaches to the Twentieth Century*. Amherst: University of Massachusetts Press, 2001.
- Salt, Barry. *Film Style and Technology: History and Analysis*. 2nd ed. London: Starword, 1992.
- Schatz, Thomas, ed. *Hollywood: Critical Concepts in Media and Cultural Studies*. Vol. 3. New York: Routledge, 2004.
- Shand, P. Morton. *Modern Theatres and Cinemas*. London: B.T. Batsford, 1930.
- Shingler, Martin, ed. *On Air: Methods and Meanings of Radio*. London: Arnold, 1998.
- Sklar, Robert. *Movie-made America: A Social History of American Movies*. New York: Random, 1975.
- Slide, Anthony. *Inside the Hollywood Fan Magazine: A History of Star Makers, Fabricators, and Gossip Mongers*. Jackson: University Press of Mississippi, 2010.
- , ed. *Selected Vaudeville Criticism*. Metuchen, N.J.: Scarecrow, 1988.
- Smulyan, Susan. *Selling Radio: The Commercialization of American Broadcasting, 1920-1934*. Washington: Smithsonian Institution, 1994.
- Staiger, Janet. "The Future of the Past," *Cinema Journal*, 44:1 (Fall 2004), pp. 126-129.

- Stempel, Larry. *Showtime: A History of the Broadway Musical Theatre*. New York: W.W. Norton, 2010.
- Sten, Charles W., ed. *American Vaudeville As Seen by Its Contemporaries*. New York: Knopf, 1984.
- Sterling, Christopher H., ed. *The Museum of Broadcast Communications Encyclopedia of Radio*. 3 vols. New York: Fitzroy Dearborn, 2004.
- Taylor, Timothy D. "Music and the Rise of Radio in 1920s America: Technological Imperialism, Socialization, and the Transformation of Intimacy," *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 22:4 (2002), pp. 425-443.
- Waller, Gregory A., ed. *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition*. Malden, M.A.: Blackwell, 2002.
- Weis, Elisabeth and John Belton, eds. *Film Sound: Theory and Practice*. New York: Columbia University Press, 1985.
- Wierzbicki, James. *Film Music: A History*. New York: Routledge, 2009.
- Wojcik, Pamela Robertson, and Arthur Knight, eds. *Soundtrack Available: Essays on Film and Popular Music*. Durham: Duke University Press, 2001.
- Wurtzler, Steve J. *Electric Sounds: Technological Change and the Rise of Corporate Mass Media*. New York: Columbia University Press, 2007.

- 岩本憲児『サイレントからトーキーへ—日本映画形成期の人と文化』森話社、2007年。
- 加藤幹郎『映画館と観客の文化史』中央公論新社、2006年。
- 黒沢清・四方田犬彦・吉見俊哉・李鳳宇編集『映画史を読み直す』、岩波書店、2010年。
- 黒沢清・四方田犬彦・吉見俊哉・李鳳宇編集『観る人、作る人、掛ける人』、岩波書店、2010年。
- リチャード・ダイアー『映画スターの<リアリティ>—拡散する「自己」』青弓社、2006年。
- 田中眞澄「溝口健二—もうひとつの『土』」『シネティック』第1号、洋々社、1993年、94-119頁。
- 蓮實重彦『ハリウッド映画史講義—翳りの歴史のために』筑摩書房、1993年。
- 藤木秀朗『増殖するペルソナ—映画スターダムの成立と日本近代』名古屋大学出版会、2007年。
- 細川周平『レコードの美学』勁草書房、1990年。
- 水越伸『メディアの生成—アメリカ・ラジオの動態史』同文館、1993年。
- 吉見俊哉『「声」の資本主義—電話・ラジオ・蓄音機の社会史』講談社、1995年。
- 吉見俊哉編『一九三〇年代のメディアと身体』青弓社、2002年。
- 吉見俊哉編『メディア・スタディーズ』せりか書房、2000年。
- 吉見俊哉・土屋礼子責任編集『大衆文化とメディア』ミネルヴァ書房、2010年。

定期刊行物

Exhibitors Herald-World (1929-1930)

Daily News (1932)

The Film Daily (1927-1933)

The Film Daily Yearbook (1928-1937)

The Film Weekly (1928-1934)

Hollywood Reporter (1934)

Modern Screen (1930)

Motion Picture (1931-1933)

Motion Picture Classics (1929-1930)

Motion Picture Herald (1931-1934)

Motion Picture News (1924-1930)

New Haven Register (1932)

New York Evening Post (1932)

New York Herald Tribune (1934)

New York Sun (1932)

New York Times (1924-1938)

New York Tribune (1932)

Photoplay (1931-1938)

Photoplay Study (1935-1939)

Radio News (1922-1930)

Radio Guide (1936)

Radio Stars (1932-1938)

San Francisco Chronicle (1920)

The Sun (1924)

Variety (1925-1936)

The Wall Street Journal (1932)

The Washington Post (1922)

アーカイヴ資料

Margaret Herrick Library, Academy of Motion Picture Arts and Sciences

(1) Biography Photographs

Fred Astaire

(2) Mark Sandrich Collection

The Gay Divorcee

Melody Cruise

So This Is Harris

(3) Motion Picture Association of America, Production Code Administration Records

The Gay Divorcee

Glorifying the American Girl

(4) Paramount Pictures Press Sheets

The Big Broadcast of 1936

Warner Bros. Archives, University of Southern California, School of Cinematic Arts

(1) Production Files

Twenty Million Sweethearts

New York Public Library for the Performing Arts

(1) Dwight Deer Wiman Papers

Gay Divorce

(2) Flo Ziegfeld-Billie Burke Collection

Correspondence/Jesse Lasky, 1925

Internet Archive (<http://www.archive.org/>)

(1) Audio Achieve, Radio Program

Lux Radio Theatre