

ランナウェイ・ロマンスと、『旅情』（1955 年）の自己言及性

國 永 孟

京都大学大学院 人間・環境学研究科 共生人間学専攻

〒 606-8501 京都市左京区吉田二本松町

要旨 1940 年代後半以降, ハリウッド映画産業は急激な観客数減少に対処しなければならなくなる。メジャー・スタジオは状況を打破するため, ヨーロッパをはじめアメリカ国外での映画製作に力を入れる。当時新しく導入されたワイドスクリーン方式を積極的に採用し, ロケーション撮影で製作が行われた映画のなかには, ヨーロッパへ旅行に出かける外国人（多くの場合アメリカ人）女性を描いた作品が複数存在する。ロバート・シャンドレーはこうした映画を後に「ランナウェイ・ロマンス」と名付けた。このジャンルの最も代表的な作品はウィリアム・ワイラー監督の『ローマの休日』（1953 年）である。同作の商業的成功は, 映画観客が映画のロケーション撮影地へ赴き, 映画で見たイメージを現実の世界で確認するロケーション・ツーリズムに先鞭をつけた。

本論文の目的は, デヴィッド・リーンが監督した『旅情』（1955 年）を取り上げ, ランナウェイ・ロマンス作品が生み出す観光都市の他者化されたイメージに対して, 同作が自己言及性を持っていることを明らかにすることである。そのためにまず, 第二次世界大戦後のハリウッド映画産業において観光を扱った物語映画が出現する歴史的背景について確認する（1 節）。次に, ヨーロッパにおける外国人（多くの場合アメリカ人）観光客のロマンスを扱った物語映画に関する先行研究を整理し, こうした映画群のプロトタイプ『ローマの休日』で観光客の役割を果たした主人公アンの表象に着目する（2 節）。これらの考察を踏まえて, 後半部では分析の対象を『旅情』の映画テキストに移す。劇中に登場する 16 ミリフィルムカメラの演出方法に着目し, 観光のメディア化によって生まれたイメージを追い求める観光客について, 同時代の言説を踏まえて論じる（3 節）。最後に, メディアによって構築された観光都市のイメージとそのズレがどのように演出されているのかを分析し, 『旅情』が観光を扱った物語映画に対して自己言及性を備えていることを明らかにする（4 節）。

キーワード：ランナウェイ・ロマンス, 観光のメディア化, 擬似イベント

は じ め に

アメリカ合衆国では 1940 年代後半から 50 年代にかけて, ビジネスや余暇活動のために海外へ出国する人々の数が大幅に増加した¹⁾。経済的に余裕が生まれ, 余暇活動を楽しむことができるようになった人々を海外へ促した一因は, ヨーロッパを訪れるアメリカ人たちを描いた物語映画の登場である。ロケーション・ツーリズム²⁾に関する先

行研究では, 1953 年に公開された『ローマの休日』（ウィリアム・ワイラー監督）の商業的成功を, 観光³⁾がメディア化していく転換点とみなすことで意見が一致している。

『ローマの休日』の公開から 2 年後に, イギリス人映画監督のデヴィッド・リーンが『旅情』（1955 年）のなかでメディア化する観光と観光客たちの姿を早くも物語に取り込んでいる。同作は, アメリカ人劇作家アーサー・ローレンツが執筆した戯曲『カッコー鳥の時節』（1953 年）を, ロバート・

ピクチャーズ・プロダクション（米）とロンドン・フィルムズ（英）が映画化したものだ。本稿の分析から、映画版が未知の異国に冒険を求める旅行者ではなく、あらかじめ用意されたイメージや経験を享受したいと望む大衆的観光客の姿を描いているということが見えてくるだろう。

本稿では、第二次世界大戦後のアメリカ映画史との関係に着目することによって、『旅情』が観光をテーマにした物語映画に対して自己言及性を持った作品であることを解き明かす。同作についての先行研究は少なく、作品論の観点から議論しているのはピーター・マッキニス（2020年）⁴⁾とアリソン・マッキー（2021年）⁵⁾の2本の論文のみである。マッキニスは、第二次世界大戦後に増加するアメリカ人大衆観光客の典型的な態度を、『旅情』に登場するジェーンとマックルヘニー夫妻に見出した。彼は観光客が日常生活で感じる孤独感や欠乏感を埋めるための手段として観光を捉え、旅行先の地元住民との邂逅によって観光客の態度がどのように変化していくのかに着目している。この論文は、当時のアメリカ社会におけるインフラの拡充が観光客の増加に寄与したと詳しく記述しているが、観光行為がメディアを中心に規定されていることが論じられていない。

一方、マッキーによる先行研究は、『旅情』の主人公ジェーン・ハドソン（キャサリン・ヘップバーン）がヴェネチアを観光している際に16ミリフィルムカメラを回していることに着目している。フェミニズム批評の観点から、マッキーは16ミリフィルムカメラを「ジェンダー化されたまなざし」と「観光のまなざし」⁶⁾の結節点と見なした。彼女によると、2つのまなざしには見られるモノをフェティシズムの対象とする点で共通性がある。だが、マッキーが着目したのは撮影行為であり、ジェーンがカメラで撮影した対象については十分に議論していない。

両者の論点と問題点をふまえた上で、戦後のハリウッドにおいて観光が観客に対して魅力を持った題材であることが発見され、観光を扱った物語映画が単一的な観光地のイメージを生み出している状況に対して『旅情』が自己言及していることを明らかにする。以下ではまず第二次世界大戦後

のハリウッド映画産業において観光を扱った物語映画が台頭する歴史的背景について考察する（1節）。次に、ヨーロッパを訪れる外国人（多くの場合アメリカ人）観光客のロマンスを扱った物語映画に関する先行研究を整理し、こうした映画群のプロトタイプ『ローマの休日』で擬似観光客となった主人公アン表象に着目する（2節）。その後、分析の対象を『旅情』に移して16ミリフィルムカメラの演出方法に着目する。メディア化する観光について同時代の言説で取り上げられた「擬似イベント」論と、ジェーンがカメラで撮影した対象との関係を解き明かす（3節）。最後に、メディアによって構築された観光地のイメージとそのズレがどのように演出されているのか分析し、『旅情』が観光を扱う物語映画に対して持つ自己言及性を明らかにする（4節）。それによって、先行研究で見逃されていたランナウェイ・ロマンスが生み出す反復的なイメージの使用に対する同作の批評性が明らかになる。

1 節 歴史的背景：第二次世界大戦後のアメリカ映画産業における構造変化

1950年代に『ニューヨーク・タイムズ』紙の映画評を担当していたボズリー・クラウザーは、『旅情』（1955年）公開時にレビューを執筆している。そのなかで彼は、テクニカラーによってスクリーン上に投影されたヴェネチアの美しい風景や街の喧騒が、スターであるキャサリン・ヘップバーンの存在を押しつけて、映画のなかで最も重要なパフォーマーであると述べている⁷⁾。トーキー導入以来、ハリウッドが製作してきた物語映画の多くは、物語の舞台をスタジオ内でセットとして再現するか、セカンド・ユニットがスタジオ外で撮影した映像をセットの背景のスクリーンに投影し、その前で役者に演技をさせることが慣習であった⁸⁾。クラウザーの反応から分かるように、製作工程の全てをハリウッドの外で行うことが稀であったために、街並みのロケーション撮影自体が批評的価値を持っていたのである。

ハリウッドがスタジオ撮影よりもロケーション撮影を好むようになったのは、第二次世界大戦後

の映画産業の構造変化と、アメリカ人のライフスタイルの変化に由来する。本節では、観光を扱う物語映画製作の歴史的背景として、映画産業の構造変化によって出現した「ランナウェイ・プロダクション」について概観する。

ハリウッド映画産業の構造変化を引き起こした最も大きな要因は、メジャー映画スタジオに独占禁止法の適用を決めた「パラマウント判決」が1948年に下されたことである。それによって、スタジオによる映画の製作・配給・上映の一元管理体制から上映部門が切り離されることになる。垂直統合と呼ばれたこの管理体制のもと、大手映画会社は小規模な興行主に対して「ブロック・ブッキング」を課していた。これにより配給側は予算規模が大きくて名の知れたスターの登場する作品と、予算の低い映画を組み合わせで上映側に売り込むことで、低予算の映画でも広範囲で上映されることになり、製作者側は製作費を回収することが比較的容易にできたのである⁹⁾。しかし判決以降、大手スタジオは徐々に「ブロック・ブッキング」制から「フリー・ブッキング」制へと移行を余儀なくされ、製作した映画を個別に上映者側と取引しなければならなくなった。

それに追い討ちをかけるように、1940年代後半から映画観客数の減少が顕著になる。1948年には週あたり約9万人の観客が映画館を訪れていたが、1953年の時点でおよそ半分に減少している¹⁰⁾。観客数の減少に伴って、メジャー・スタジオの映画製作本数も減少した。プロダクション・コード委員会が認可した作品本数を確認すると、1950年の時点で429本が認可されていたのに対して、5年後には305本あまりに減少している¹¹⁾。

ドルー・カスパーは、観客数が減少傾向を辿りはじめた原因のひとつに人々のライフスタイルの変化を挙げている¹²⁾。とくに都市から郊外へ人口が流出しはじめたことと、家庭用テレビ受像機の普及が娯楽の王様としての映画の地位を揺るがせ始めた。例えば、一般道路網が整備されるにつれ、都市部周辺にある広大な土地を利用することができるようになる。レヴィット・タウンのように、若い家族向けの簡素な一戸建て住宅団地が郊外に建てられはじめた。マイホームを持つことが豊かさ

を象徴し、アメリカン・ドリームと結び付けられることで人々の消費欲は刺激されたのだった¹³⁾。

郊外の生活では、わざわざ映画館のある都市部へ赴くよりも、自宅に居ながら娯楽に接することが出来るラジオや、テレビが好まれた。1949年時点では、家庭へのテレビ受像機の普及台数は約108万2000台であったが、1952年の終わりには1900万台に増加している¹⁴⁾。

観客数の減少は興行収入と製作費の低下に直結しているため、こうした状況を打破するべく、人件費などの製作コストを安く抑えることができ、製作資金の確保がある程度保障されている海外でのプロダクションが好まれるようになった。同時代の業界誌は、こうした製作傾向を「ランナウェイ・プロダクション」（以下RP）と呼んでいる¹⁵⁾。ダニエル・スタインハートは、第二次世界大戦後のハリウッドにおける映画製作の国際化とロケーション撮影の関係を分析した著書のなかで、ある映画がRP作品であるかどうかを見分けるために3つの指標を打ち出している。①ハリウッドのメジャーな映画スタジオ、もしくはアメリカに拠点を置く独立系映画会社が、映画製作のための資金を一部あるいは全額出資していること。②映画の相当な部分が、アメリカ国外のロケーション、スタジオ、あるいはその両方で製作されていること。③製作スタッフのうち、監督や首脳陣がハリウッドの人間であること¹⁶⁾。1949年から1956年までの間に、アメリカの映画会社が出資し、部分的あるいは全ての製作行程をアメリカ国外で行った映画作品の総数は314本に上った¹⁷⁾。

ハリウッドの映画スタジオが、自前の映画スタジオではなく国外で製作を好んだのは、製作資金を確保するために有利だったからである。ロケーション撮影地としてとくに人気が高かったのは、イギリス、イタリア、フランスといったヨーロッパ諸国である。ハリウッドの目をヨーロッパへと向けさせた理由のひとつは凍結資産の存在だ。こうした国では、現地政府が通貨流出を防ぐためにハリウッド映画の興行収入に送金制限を設けていたが、戦後になって凍結されていた資産を現地の映画製作に利用することが可能になった。2つ目の理由は、輸出先の現地政府が国内の映画製作を促

進するために補助金制度を設けたことだ。もともとハリウッド映画に対抗するために案出された制度だが、ハリウッドのメジャー・スタジオが現地に開設している支社もこの制度に応募することができた¹⁸⁾。

こうした資金源を利用して製作された RP 作品には、スペクタクル性を全面に押し出そうとする特徴がある。とくに、人件費が安く済むため、画面を埋め尽くすほどのエキストラを用いて、古代ローマ時代や聖書に記された逸話を題材にした史劇を好んで製作する傾向にあった。当時新しく開発されたワイドスクリーン方式¹⁹⁾を用いて、『サムソンとデリラ』(1950年)、『クォ・ヴァディス』(1951年)、『十戒』(1956年)、『ベン・ハー』(1959年)、『スパルタカス』(1960年)などが RP 作品として製作されている。

こうした傾向は、テレビとの差異化を図ることで観客を再び映画館へと呼び戻すための試みでもあった。そして、ランナウェイ・プロダクションで映画を製作することは製作費の抑制や確保といった経済的な利点があるだけではなく、アメリカ国外の土地をロケーション撮影することで、放送の同時性が売りのテレビにはない題材を提供することを可能にした。このランナウェイ・プロダクションにおいて、大衆の映画離れに悩む映画産業の要望に相応しいテーマとして観光は発見され、利用されていくのである。

2 節 ランナウェイ・プロダクションと ジャンル：ランナウェイ・ロマンスと 『ローマの休日』(1953年)

ランナウェイ・プロダクションにおいては、史劇だけでなく、ヨーロッパへ旅行する海外からの女性観光客(多くの場合アメリカ人)を描いた映画が一定の割合を占める。ロバート・シャンドレーは、この映画群を「ランナウェイ・ロマンス」と名付けた²⁰⁾。代表的な映画には、ウィリアム・ディターレの『旅愁』(1950年)やジーン・ネグレスコの『愛の泉』(1954年)、ダグラス・サークの『間奏曲』(1957年)などがある。なかでも50年代にランナウェイ・ロマンスが立て続けに製作される契機となったのは、ウィリアム・ワイラー

が監督した『ローマの休日』(1953年)の公開であったとされる。厳密に言えば同作の主人公アンはヨーロッパにある架空の国の王女であり、彼女がローマで出会うのはアメリカ人のジョーであるため、ランナウェイ・ロマンス作品で頻繁に描かれるアメリカ人女性と現地人男性のロマンスではない。だが後述するように、アンにとってローマは非日常の空間である一方、ジョーにとっては仕事を行う日常の場であるという点で多くのランナウェイ・ロマンス作品と物語の共通性がある。さらに、限られた予算規模でありながら、ロケーション撮影を行い、俳優が実際に異国の地で演技を行ったという点で、その後のランナウェイ・ロマンスのモデルケースとなった²¹⁾。

『ローマの休日』がランナウェイ・プロダクションの製作傾向に与えた影響については、シャンドレー(2009)やスタインハート(2019)らによってすでに研究が行われている。両者の研究は、映画テキストではなく映画産業史に目を向けたもので、ワイラーをはじめアメリカ側の製作陣が、ハリウッドの映画製作のスタンダードを維持するために、イタリアの製作慣習とどのように折り合いをつけ、困難を乗り越えていったのかを明らかにしている²²⁾。しかし、アーカイブでの製作記録の調査をもとに行われた彼らの研究は、主人公の観光行為が担う物語的機能や、主人公が訪れる都市の表象について言及していない。本節では、ランナウェイ・ロマンスに対する『旅情』の自己言及性を論じるための予備的考察として『ローマの休日』を取り上げ、主人公アンにとっての観光行為が担う物語的意味と、ローマの都市景観の演出方法について検討する。

デブラ・ベルナルディは、1950年代から60年代にイタリアを訪れるアメリカ人女性の物語を描いた映画には、以下の3つの物語的特徴があることを指摘した。

- ① 白人のアメリカ人女性がイタリアへ旅行する。彼女たちは、同時代のアメリカの経済力を反映し、独立しており、経済的に安定している。しかし、アメリカの家父長制社会が規定する家庭や組織における規則やカ

テグリーを押し付けられ、それらを内面化している。

- ② アメリカ人女性たちはイタリアにおいて、異なる形の近代的生活へ逃避する。彼女たちの逃避行は、文字通り水に浸ること、世界や彼女自身についての新たな理解のために象徴的に洗礼されることによって特徴づけられる。
- ③ イタリアへの旅行によって、アメリカ人女性たちは世界に対する新しい理解の方法を身につけ、地理的にも概念的にも境界を乗り越え、新たな自律性やセクシュアリティを手に入れることで、近代的な女性へと変身する。こうした変化はしばしばイタリア人男性によって引き起こされる²³⁾。

上記の区分をまとめると、ランナウェイ・ロマンスの物語は、登場人物の日常の設定、日常からの逸脱、日常への再帰の道筋を辿っていることが分かる²⁴⁾。個人に対する抑圧の場として日常生活を位置付ける特徴は、『ローマの休日』において既に見られる。映画の冒頭に、架空の国の王女であるアンがイタリアに到着し、各国の大使の謁見を受けるシーンがある。この場面では、彼女が王女としての日常生活に不満を抱えている様子が、大使たちの挨拶の間にこっそり足を動かしているショットの挿入から分かる。アンが日常から抜け出すと、エキゾティシズムを喚起させるローマのランドマーク的な建築物はオードリー・ヘップバーンとグレゴリー・ペックが演技をしているショットの後景としてカメラに収められる。ローマは彼女にとって日常生活の抑圧から自己を解放させてくれる期待通りの街である。非日常の経験はアメリカ人男性ジョー（グレゴリー・ペック）によってもたらされるが、新聞記者の彼はアンが王女であることを知っている。2人の関係とローマでの休日は虚構性の上に成り立っているのだ。お互いのアイデンティティが明らかにされるのは、最終的にアンが日常へと戻った後のことである。

『ローマの休日』で提示される都市の姿は、近代化による影響を受けておらず、観光地の地元住民たちが生活を送る日常から切り離された「永遠の

都」としてのローマである。しかし、こうした見方は一面に過ぎず、ロベルト・ロッセリーニが『無防備都市』（1945年）で記録したような戦争の傷跡が残る都市の姿はもうどこにもない。『ローマの休日』では土着の慣習や文化から切り離されて観光客の欲望が投影され、他者化されたイメージが、遠く離れたところから見ものとしての「現実」を形成するのである。歴史家のダニエル・J・ブーアスティンはこれを「擬似イベント」と呼び、異国の都市を非日常的な場として描いた映画を観て、形成されたイメージを現実の世界で確認しようとする人々の登場に対して危機感を表明した²⁵⁾。彼は観光客が印刷メディアや映像メディアによって構築された目的地のイメージをあらかじめ抱き、観光によって構築されたイメージを安全に消費しているに過ぎないと批判する。

とはいえ、「擬似イベント」はメディアによって無意識に形成されるわけではなく、ランナウェイ・ロマンス作品のなかには理想的なイメージを追い求める人々を捉えた映画も存在した。後半部では、デヴィッド・リーンの『旅情』（1955年）を中心に、ランナウェイ・ロマンス作品における観光の物語的機能や「擬似イベント」に対して同作が持つ自己言及性について分析する。

3 節 『旅情』が描いた観光客：単一的なイメージの反復、再生産

リーンは『ローマの休日』に感銘を受け、『旅情』製作中にその存在が念頭にあったと語っている²⁶⁾。製作に参加したロンドン・フィルムズのアレクサンダー・コルダはリーンに対して「有名な場所を映画で取り上げることを躊躇うな。そういった場所は何の理由もなくクリシェであるわけではないのだから」とアドヴァイスをしている²⁷⁾。絵葉書のような都市の風景を撮影することに難色を示していたリーンは、それをランナウェイ・プロダクションが生み出す「擬似イベント」に自己言及する形で用いたのだ。本節の結論を先取りすると、『旅情』においてヴェネチアの都市景観は、主人公であるジェーン自身が持つ16ミリフィルムカメラ²⁸⁾を用いて提示されている。それによって

観光のメディア化で生じる「擬似イベント」の存在が前景化されるという点で、同作は『ローマの休日』と異なっており、他のランナウェイ・プロダクションから批評的距離をとっている。

本稿の冒頭で確認したように、アリソン・マッキーは「ジェンダー化されたまなざし」と「観光のまなざし」は両者とも見られるモノをフェティシズムの崇拜の対象とし、16ミリフィルムカメラはその結節点であると述べた。だが、『旅情』は女性がイメージの創造者となるという点で批評的価値があり、映像を自由に止めたり巻き戻したりすることの出来る現代の映画観客の観客性とジェーンの撮影行為には共通点があるとマッキーは指摘している²⁹⁾。撮影行為に着目する彼女の議論では、ジェーンがカメラで撮影する対象についてほとんど考慮されていない。そこで本節ではまず、彼女が物語のなかでカメラをヴェネチアの街並みに向ける行為がどのように演出されているかを分析する。そして撮影した対象について検討することで、観光客であるジェーンにとって、ヴェネチアを観光することの物語的機能を明らかにする。その結果、『ローマの休日』では登場人物の背景として演出されていることにも気づけなかった非日常的な観光地の空間が、メディアによって媒介されたイメージ＝「擬似イベント」であることが露呈するだろう。

まず映画のプロットを確認しよう。1950年代半ば、アメリカ人の中年女性ジェーン・ハドソンは長年秘書として働いた末、念願のヨーロッパ旅行にやってきた。彼女が訪れるのは水の都で知られるイタリアのヴェネチアだ。滞在先のペンションへと向かう途中、アメリカ人観光客であるマックルヘニー夫妻と出会う。加えて、宿泊先でもアメリカ人画家のイーガー夫妻と出会い、行く先々でアメリカ人に遭遇する。働き詰めの日常生活に欠けていたものを探し求めて、彼女は16ミリフィルムカメラを片手に街へ散策に出かける。やがてアンティーク・ショップを経営するイタリア人中年男性のレナート・デ・ロッシ(ロサーノ・ブラッツィ)と出会い、彼に惹かれていく。2人の距離が近づいたのも束の間、ジェーンは彼に妻と子供がいることを知ってしまう。釈明しようとするレ

ナートの言葉と価値観を受け入れることが出来ないジェーンだったが、徐々に今この瞬間の喜びを享受しようとする彼の考え方に理解を示し、自らの意思でヴェネチアを去ることを決意する。

子供らしさを残し、ナイーブなところのある『ローマの休日』のアンと異なり、ジェーンは中年になっても結婚していないことにどこかで不満を感じている「スピンスター」として描かれる。ジェーンが持つガイドブックの表紙には「ヴェネチア：恋の都」と書かれており、読者に対してヴェネチアを訪れると必ずロマンスを経験できるかのごとく画一的なイメージを植えつけている。彼女は金銭を支払う対価として、ヴェネチアが記号的に象徴するロマンスを経験したいと期待している。ペンション・フィオリニに到着した彼女は、宿の女主人に向かって水上バスで出会った女性の話を始める。ジェーンの説明によると、その女性は「欧州文化に触れるための旅行と頭では考えているし、香水などの買い物も楽しみの1つよ。でも心の奥のずっと奥で求めているの。奇跡、心ときめく出来事。失った時間を取り戻すこと」と語った。だがこの女性は画面に登場しない。おそらくジェーンの心の声なのだろう。未婚女性は人生に欠乏感を抱いており、男性とのロマンスによって完全な存在となるという家父長主義的な見方は、女性の主体性を貶めるものだ。しかし4節で述べるように、観光地が提供する非日常のイメージ＝擬似イベントを現実において確認しようとする態度は、結果的に彼女が主体性を獲得するための契機となる。

日常に不満を抱えるジェーンがヴェネチアに対して抱く期待は、彼女が持ち歩く16ミリフィルムカメラによって表現されている。このカメラはヴェネチアのランドマーク的な建築物を映画観客に示すための手段である。映画の冒頭でヴェネチアに到着したジェーンが水上バスに乗り込むシーンを見てみよう。滞在先のペンション・フィオリニへ向かう途中、ジェーンは運河沿いに聳える壮麗な歴史的建築物に見入っている。首から下げた16ミリフィルムカメラをオフスクリーン右側へと向けると、建築物のロングショットが次に挿入される。建物のショットはジェーンのPOVショットとして演出されている。つまり観客に提示されるヴェ

ネチアの風景は彼女が現地で直接見たものと同じなのだ。『ローマの休日』では、分離可能な前景主体としての登場人物と、後景客体としての風景の二元論が成立していた³⁰⁾。つまり、カメラはローマのランドマークである建築物を登場人物と同一のショットに収め、観客は登場人物たちが繰り広げるロマンスの舞台背景として風景を見ていた。それに対して『旅情』では、映画観客は擬似観光客としてジェーンに同一化し、彼女の視点からヴェネチアの街並みを眺める。

ジェーンの目を通じたヴェネチアの都市の風景は、メディアによって構築された紋切り型のイメージである。彼女がヴェネチアの街並みをカメラに記録しようとする欲望は、メディアによって繰り返し用いられてきたイメージを記録しようとする欲望にすぎない。ここで、移動する gondola の上から撮影されたジェーンの POV ショットの構図に注目したい。なぜならこれは、ヴェネチアを撮影するときに映画で反復的に使用されてきた構図であるからだ。

『旅情』と同時代にシネラマ³¹⁾を用いて製作された紀行映画『これがシネラマだ』のワン・シーンと『旅情』のショットを比較することで、メディアによる表象を現実の世界で確認しようとする近代以降の大衆観光客の欲望をジェーンのなかに見出すことができる。『これがシネラマだ』には、固定ショットによってヴェネチアの運河を撮影したシーンが存在する。『これがシネラマだ』と『旅情』における運河の移動シーンを比較すると、ジェーンが水上バスから撮影した景色は、『これがシネラマだ』とほぼ同一の構図で撮影されていることがわかる（図1、2、3）。こうした移動ショットはリュミエール兄弟の時代から用いられており³²⁾、移動する gondola の上にカメラを載せて撮影されたショットによって形成された単一的なイメージが、ヴェネチアを意味する記号として繰り返し使用されてきた。ジェーンの POV ショットによる運河の映像は、彼女がイメージの消費者＝観光客としてメディアによって構築されたヴェネチアのイメージを彼の地で対象に投影し、そのイメージを再生産していることを意味する。つまり16ミリフィルムカメラを用いた演出によって、ラ

ンナウェイ・ロマンス作品を見ている観客が観光地に対して抱くイメージはメディアによって操作されている事実を顕示している。そのような演出は『ローマの休日』をはじめとする他のランナウェイ・プロダクションには見られない特徴であり、『旅情』の自己言及性のひとつと言えるのではないだろうか。



図1 水上バスの上でカメラを構えるジェーン



図2 ジェーンの POV ショット



図3 『これがシネラマだ』におけるヴェネチア

4 節 ランナウェイ・ロマンスに対する 『旅情』の自己言及性

『旅情』において、ジェーンがヴェネチアに対して向けているまなごしは、メディアに媒介されたイメージの集積によって形成された一面的なものの見方に過ぎない。観光社会学者のディーン・マキヤネルは、ブーアスティンの「擬似イベント」論を発展させて、「表舞台」／「舞台裏」という概念を提唱した。「表舞台」とは、メディアによって構築された一面的なイメージを帯びた場のことであり、「擬似イベント」と同義である。他方で、観光における「舞台裏」とは、観光客が移動先の都市へ向けるまなごしから解放された、「真正性」を帯びた地元の人々の生活の場や文化のことを指す³³⁾。マキヤネルの論は、「真正性」を帯びていると想定された「舞台裏」と「表舞台」の境界は曖昧であると主張した点でブーアスティンと異なっている。本節では、「舞台裏」が可視化され、「表舞台」の形成が観光客と地元住民の双方方向性によって成立していることで『旅情』はランナウェイ・プロダクションに対して自己言及性があり、観光客＝観客は「擬似イベント」への態度が問われているのだと提起する。

観光客にとって非日常的な「表舞台」は、地元住人にとって日常生活の場である。見方次第で「表舞台」にも「舞台裏」にもなりうる。『ローマの休日』と異なり、『旅情』では両者が隣り合わせになっている。ここで再び、ヴェネチアに到着したジェーンが水上バスに乗り込むシーンを見てみよう。この場面は運河から見える堂々たる歴史的建築物がジェーンの POV ショットで示されていた。だが POV ショットとして、運河沿いの家の屋根にテレビ受像機のアンテナが立っている様子も同様に提示される。ジェーンが建物に見惚れている間に流れていた壮麗な劇伴は、アンテナのショットの挿入によって中断され、間の抜けた効果音に取って代わられることで、「舞台裏」があらわになる。そして水上バスを降りたジェーンがペンションに歩いて向かうシーンでも「舞台裏」の存在が示される。彼女が目的地へと近づくにつれ、隣家

のラジオから甘美な男性の歌声が聞こえてくる。ペンションの前を流れる運河まで辿り着いたジェーンは、ゴンドラの往來を POV ショットで見ながら、思い描いていたヴェネチアの光景に感激して息を呑む。その瞬間、スクリーン上方から地元住民が捨てたゴミが突如落下する。ラジオから流れる歌の勢いが最も高まった瞬間に「舞台裏」が出現し、観光客が膨らませていた「表舞台」への期待が裏切られるように演出されている。この2つのシーンに共通しているのは、観光客のジェーンが事前に抱いていたヴェネチアのイメージを現実において追認しようとする瞬間と、映画観客にとっては「擬似イベント」が強化されようとする瞬間に、「舞台裏」の存在を仄めかす事物がフレーム内に突然侵入し、スペクタクルによる感情の高まりが中断されることだ。こうした演出は、メディアが作り出した「擬似イベント」が、地元住民にとっての「舞台裏」を覆い隠してしまうことを映画のなかで明らかにする自己言及性のひとつである。

次に、「表舞台」そのものに目を転じてみよう。ブーアスティンによると、「擬似イベント」は共同体外部の人間が一面的な見方を押し付けることによって形成される³⁴⁾。そこで地元住民はまなごしによって対象化され、観光客に対して影響を及ぼさない存在として想定されていた。だが『旅情』において地元住民は向けられる視線を意識し、対象化するまなごしを内面化して自己をパフォーマンスする存在でもある。映画の終盤で、恋の都・ヴェネチア＝「擬似イベント」のイメージ強化に貢献していたモチーフが、物語において別の意味を持って使用される後半のシーンは示唆に富んでいる。レナートと待ち合わせをしていたジェーンがサン・マルコ広場にやってくる。するとショットの手前に映っている楽隊が演奏を始める。レナートが楽隊に事前に指示を出し、ジェーンが来たら演奏するよう手配していたのだ。物語に従えば、この演奏はジェーンに対するレナートの誘惑とみなせるだろう。だが、演奏された曲はそれまでジェーンが孤独を感じた時や、2人が一夜を過ごした翌朝のシーンなどで、非物語世界の音として繰り返し使用されてきた³⁵⁾。それが最後に、突如フレーム内に音源が示されて、物語世界内の音

として用いられるのだ。この唐突な演出の変化をどう解釈すべきか。単なる誘惑の証ではない。むしろ、地元住民もまた観光客の抱く期待を内面化し、期待に沿うために自分達のイメージを演出している可能性が仄めかされていると言えるのではないだろうか。つまり「表舞台」の形成は、観光客と地元住民との双方向的な営みであることが分かる。

本節で述べた一連の演出方法に鑑みると、『旅情』は「舞台裏」の存在を指摘し、「表舞台」の演出性を明らかにした「擬似イベント」批判の映画テキストにも読める。だが、『旅情』がランナウェイ・ロマンス作品に対して持つ自己言及性は別のことを観光客＝観客に問うている。その問いはジェーンが見つけた赤いゴブレットに集約されている。街を散策していた彼女は、アンティーク・ショップのショー・ウィンドーに飾られていた赤いゴブレットを目に留め、店に入る。店主のレナートに商品の値段を尋ねると、彼がゴブレットは18世紀に作られた代物なので1万リラだと答える。商品を気にいったジェーンは、それを言い値で買おうとするが、レナートがイタリアでは値切りをするものだと助言する。値切りのやり取りは、観光客が「真正性」を判断することの不可能性を物語っている。なぜならジェーンは言い値よりも安くゴブレットを購入したとしても、商品が金額に相応しいものであるかどうか客観的に判断する術を持たないからである。後にマックルヘニー夫妻が全く同じ形のゴブレットを大量に抱えてジェーンのもとへやってくる。夫婦は観光客へのお土産品として売られていたゴブレットに大変満足しているが、それを見たジェーンはレナートに騙されたと思って悔しがっている。ジェーンはレナートを問い詰めるが、レナートは彼女のゴブレットは、同じ形をした18世紀のモノだと主張する。このシーンが暗に示すのは、彼女が購入したゴブレットが果たして18世紀の「真正」な品であるのか、それとも地元の人間が観光客向けに制作した偽物であるのか見分けることが出来ないということだ。

こうしたシーンでは、観光地で遭遇したモノや出来事が、「真正」なものなのか、それとも商品としてある記号的なイメージを生み出すよう演出さ

れたものであるのかの区別が曖昧になっている。この状況に直面したとき、用意された経験を消費するだけの受動的な存在と批判されていた観光客が主体性を獲得するための契機が生まれる。彼／女らは、「擬似イベント」＝「表舞台」が提供する経験を受け入れるのか、それとも演出された虚構であることを理由にそれらを拒絶し、結果として何も得ないままにいるのか決断しなければならない。

『旅情』が「擬似イベント」に対して自己言及することによる作用は、ジェーンがレナートの好意を受け入れるべきか決断を迫られるシーンに集約されている。ここでは、ジェーンに不貞を問い詰められたレナートが以下のように答える。

「君の夢はゴンドラでヴェネチアの美しさに酔い、甘い歌に聞き惚れること。金持ちで若い独身男との出会いだった。僕は若さも財産も持たない。美男でもなく既婚者だ。だが男だ。君は女だ。汚いとか不倫だとかケチをつけず、空腹ならあるものを食べるんだ。肉しか食べないなどと言わずに。肉がないならラビオリでもね。」

旅行に訪れる以前、ジェーンはメディアで描かれたヴェネチアの表象が現実であると信じていた。だが実際にやってくると、彼女が抱いていたイメージは、非日常を体験させるために演出されていた表象だったことが発覚する。とはいえ、「表舞台」のイメージは全くの虚構ではない。観光ガイドが読者に約束していたロマンスの機会は、既婚者レナートとの出会いという形で与えられるのだ。ジェーンはここで主体として、「真正」ではないと理由をつけて巡ってきたチャンスを拒絶するのか、あるいは一時的に過ぎないと分かっているにもかかわらず未知の体験に挑戦するのかのどちらかを選択しなければならない。結果として彼女はレナートの好意を受け入れる決断を下す。このシーンから読み取れるのは、『旅情』が主人公＝観客に対して、観光都市のイメージがメディアによって構築された「擬似イベント」で覆われていることを認識するように説きながらも、その覆いの外へ抜け出すのではなく、自発的に虚構を受け入れるように促してい

るということだ。

本節の分析では、以上のように「舞台裏」の存在を仄めかすことにより、ランナウェイ・ロマンスが生み出す「擬似イベント」と、メディアに媒介されたイメージを追い求める観光客を自己言及的に描いていることがわかった。ゆえに観光客＝観客は映像のスペクタクルに圧倒されるだけの受動的な存在ではなくなるのだ。つまり『旅情』は、こうした映画で描かれる非日常的な空間は演出された「表舞台」に過ぎないことを暴露し、それが虚構であることを認識したうえで物語世界を経験するよう誘っていると言えるだろう。

結 論

本稿ではまず、ランナウェイ・ロマンス作品の製作が第二次世界大戦後に顕著に見られた映画史的背景について検討した。ハリウッド映画産業の構造変化やアメリカ人のライフスタイルの変化を受けて、ハリウッドは製作費を抑えるために国外へ製作の拠点を移す。こうした経済的要因とテレビとの差異化を目的にランナウェイ・プロダクションで製作したのが、映像のスペクタクルに満ちた史劇や、エキゾティシズムを喚起させるランナウェイ・ロマンス作品だったのだ。

続いてランナウェイ・ロマンス作品の雛型である『ローマの休日』に着目し、主人公アンがローマを観光することの物語的機能を検討することで、同作は日常からの逃避／日常への再帰によって構造化されていることを指摘した。そして観光客にとって非日常の場であるローマの街は、日常を脱した主人公の欲望が投影され、他者化された場として提示されており、同時代の知識人がそうした表象を「擬似イベント」として批判していたことを確認した。

後半部では、デヴィッド・リーンの『旅情』分析へと論を進め、同作が観光のメディア化に加担したランナウェイ・ロマンス作品に対して自己言及性を持っているのではないかと議論を提起した。3節では、物語に登場する16ミリフィルムカメラの演出に注目することで、ヴェネチアの都市景観はジェーンがカメラのファインダーを通して見た

景色として提示されていることを指摘した。そしてジェーンのPOVショットを『これがシネマだ』におけるヴェネチアの映像と比較することで、彼女がメディアによって構成された「擬似イベント」を追い求める大衆観光客であることを明らかにした。こうしたイメージ中心の観光のあり方を物語に組み込むこと自体が、他のランナウェイ・プロダクションとは距離を置く『旅情』の自己言及性のひとつである。

4節では論をさらに進め、『旅情』が『ローマの休日』と異なり、観光地の「表舞台」を描くと同時に、「舞台裏」の存在を示唆していると明示した。これは「擬似イベント」に対する自己言及のひとつの形である。それによって「舞台裏」の存在を知った観光客＝映画観客は、「表舞台」を受け入れるかどうかの選択をしなければならなくなる。それこそがランナウェイ・ロマンス作品が生み出す「擬似イベント」の存在を前景化することで『旅情』が観客に問うていることなのだと結論づけた。

『旅情』は、主人公＝観客に対して、観光都市のイメージがメディアによって構築された「擬似イベント」で覆われていることを認識するように説きながらも、その覆いの外へ抜け出すのではなく、自発的に虚構を受け入れる様に促している。つまり、ジェーン同様、観客は映像のスペクタクルに圧倒されるだけの受動的な存在ではあり得ず、彼／女らが目にしている観光地の風景が構築された「表舞台」であることを認識しながら主体的に物語世界を経験するよう誘われているのだ。

付記 本稿は、日本映像学会第47回大会（2021年6月5日・愛知県立芸術大学／オンライン開催）で行なった研究発表『「旅情」（1955年）のまなざしをめぐる：ジェンダー／観光と「ヘリテージ映画」の観点から』を土台としている。また本研究は、JST次世代研究者挑戦的研究プログラムJPMJSP2110の支援を受けたものである。

注

- 1) 1948年から1950年の3年間だけでも、最も多い月で海外出国者が約2万人増加している。Frances P. Sasser and Walther Lederer, "International Travel in 1950," *Survey of Current Business* 31, no.5

- (May 1951): 21-24.
- 2) 木村めぐみは、映画が実際に撮影された場所、すなわち撮影地への訪問を目的とする「ロケーション・ツーリズム」、映画関連テーマパークやスタジオツアーのように、撮影地ではないが映画作品の舞台となった場所へ訪れることを「フィルム・ツーリズム」と定義し、両者を区別している。本稿では観客＝観光客が撮影地へ訪れる「ロケーション・ツーリズム」の語を用いる。木村めぐみ「フィルム・ツーリズムからロケーション・ツーリズムへ——メディアが生み出した新たな文化——」『メディアと社会』第2号、2010年、113頁。
 - 3) 本稿では、「観光」とは労働と結び付けられていない場所での一時的滞在や空間的な移動を伴う行為、すなわち余暇活動であると定義する。また、あらかじめパッケージ化された経験を得るために対価を払い、日常から切り離された空間へ一時的に移動する人々を「観光客」と定義する。そして「観光地」を、観光客が余暇活動のために一時的に滞在する場のことを指す語として用いる。近代以前、旅をすることは宗教と密接な関係があった。ヨーロッパ中世には「巡礼」という形で僧侶や学者をはじめ、庶民もローマやエルサレムなどの聖地へと旅していた。だが、より大規模な人の移動を可能にしたのは、余暇の創造とその組織化である。象徴的な転換点は、イギリスのトマス・クック社が、見物先や交通手段をあらかじめ手配したツアー旅行の販売を開始した1841年で、それ以降旅の経験を商品としてパッケージ化する大衆観光が本格化する。遠藤秀樹／須藤廣『観光社会学2.0——拡がりゆくツーリズム研究』福村出版、2018、68頁。
 - 4) Peter S. McNess, "From Kankakee to Venice: Postwar American Travel Consumerism in David Lean's *Summertime* (1955)," *Film and History* 50, no.2 (Winter 2020): 47-59.
 - 5) Alison Mckee, "To Have and to Hold: The Possessive Spectator, the Spinster Narrative, and Katharine Hepburn in David Lean's *Summertime* (1955)," *Journal of Film and Video* 73, no.2 (2021): 26-46.
 - 6) 社会学者のジョン・アーリによると、「観光のまなざし」とは、労働と明確に対比され、人々の日常体験と切断されるような風景や街並みの様相へと向けられる記号的なモノの見方のことを指す。ジョン・アーリ／ヨナス・ラースン『観光のまなざし』加太宏邦訳、増補改訂版、法政大学出版局、2014年、6-8頁。
 - 7) Bosley Crowther, "Screen: Venice Stars in 'Summertime,'" *The New York Times*, June 22, 1955, 25.
 - 8) 例えば、ハリウッド・スタジオ全盛期にイタリアを物語舞台に設定して製作された『極楽特急』（1932年、エルンスト・ルビッチ監督）では、パラマウントのスタジオ内にヴェネチアの街並みが再現されている。スクリーン・プロセスについては Barry Salt, *Film Style and Technology: History and Analysis* (London: Starword, 1992), 209.
 - 9) Richard Maltby, *Hollywood Cinema* (Oxford: Blackwell, 2003), 124.
 - 10) Peter Lev, *The Fifties: Transforming the Screen, 1950-1959* (New York: Charles Scribner's Sons, 2003), 8.
 - 11) Lev, *The Fifties*, 149.
 - 12) Drew Casper, *Postwar Hollywood: 1946-1962* (Oxford: Blackwell, 2008), 17.
 - 13) ハルバースタムによると、新築一戸建ての着工件数は、1944年には11万4000戸だったのに対して、1950年には170万戸へと増加している。デヴィッド・ハルバースタム『ザ・フィフティーズ1——1950年代アメリカの光と影——』峯村利哉訳、筑摩書房、2015年、219頁。
 - 14) ハルバースタム、『ザ・フィフティーズ1』、300および313頁。
 - 15) "Yesterday's So-Called Runaway Production is Today's "International Co-Production"," *Motion Picture Herald*, September 1, 1956, 22.
 - 16) Daniel Steinhart, *Runaway Hollywood: Internationalizing Postwar Production and Location Shooting* (California: University of California Press, 2019), 10.「ランナウェイ・プロダクション」という語は必ずしも厳密に定義されていたわけではなく、例えばユニオンは「組合労働者に賃金を払うことを避け、より安い賃金で労働者を雇うために海外での撮影を行った映画」と位置付けていた。Steinhart, *Runaway Hollywood*, 26.
 - 17) Lev, *The Fifties*, 150.
 - 18) イギリスでは、イーディ・レヴィと呼ばれる補助金制度が設けられた。1957年までは映画の入場税を財源にして、興行主から任意で支払われた資金によって運営されていたが、57年以降は支払いが法的に義務付けられる。詳しくは James Fenwick, "The Eady Levy, "The Envy of Most Other European Nations": Runaway Productions and the British Film Fund in the early 1960s," in *The Routledge Companion to British Cinema History*, eds. I.Q. Hunter, Laraine Porter and Justin Smith (New York: Routledge 2017), 191-199. を参照。
 - 19) 1950年代に製作されたハリウッド映画は、長編映画製作の主流をワイドスクリーン方式に転換する。メジャー・スタジオが製作する映画作品は、スタンダード・サイズ（アスペクト比1:1.37）よりも、20世紀フォックス社が開発したシネマスコープ（1:2.35-2.55）や、パラマウント社のヴィスタヴィジョン（1:1.85）などのワイドスクリーン方式を積極的に取り入れるようになる。飯岡詩朗によれば、1955年までに、ハリウッドのメジャー・スタジオが製作した映画の約半数でワイドスクリーン方式が採用されている。飯岡詩朗「ニューメディア／芸術を騙る——2つの『マーティ』（1953/1955）をめぐる——」『信州大学人文科学論集』、第7巻、第2号、2020年、208頁。

- 20) Robert R. Shandley, *Runaway Romances: Hollywood Postwar Tour of Europe* (Philadelphia: Temple University Press, 2009).
- 21) Shandley, *Runaway Romances*, 21.
- 22) Steinhart, *Runaway Hollywood*, 127.
- 23) Debra Bernardi, "You're Not Going to Let Some Silly Old Rule Stand in Your Way! Alternative Visions of the Modern in Mid-Century American-Women-in-Italy Films," *Iperstoria*, issue.14 (Fall/Winter 2019): 184.
- 24) こうした構造は映画だけでなく、「通過儀礼」の観点から旅を捉えたときに見えてくる時間の流れと同一である。遠藤／須藤、前掲、71頁。
- 25) ダニエル・J・ブーアスティン『幻影の時代—マスコミが製造する事実』、後藤和彦／星野郁美訳、東京創元社、1964年、17頁。
- 26) Kevin Brownlow, *David Lean: A Biography* (London: A Wyatt Book for St. Martin's Press, 1996), 316.
- 27) Brownlow, *David Lean*, 316.
- 28) 本論文では、16ミリフィルムカメラを指す言葉として「カメラ」を用い、映画製作のために使用されたカメラを「カメラ」と表記する。
- 29) McKee, "To Have and to Hold," 35-36.
- 30) 加藤幹郎『表象と批評——映画・アニメーション・漫画——』岩波書店、2010年、140頁。
- 31) シネラマは、アメリカ人のフレッド・ウォラーが開発し、3台のカメラ・映写機と3面の湾曲したスクリーンを用いている。軍用技術を転用した、146度の視野を撮影することが可能な1950年当時最新のテクノロジーであった。1952年にメリアン・C・クーパーとマイク・トッドがシネラマ開発を宣伝するために『これがシネラマだ』を製作して以来、世界各地の秘境を探検し、誰も見たことがないような映像を撮影した紀行映画がこの時代に何度も製作される。『これがシネラマだ』は2部構成となっており、とくに第1部は遊園地にあるジェット・コースターの先頭車両に載せられたカメラによって撮影された映像で幕を開ける。カメラを固定して視点を限定することで、映像が乗客のPOVショットであるかのような印象を生み出し、スクリーン上に広がる世界への没入感を強調している。他にも、スコットランドをはじめとする世界的な観光名所や、『アイダ』といったスケールの大きなオペラが題材として扱われている。窓の様に視界を限定するスタンダード・サイズのスクリーンではなく、人間の視野とほぼ等しい広角なワイドスクリーンを用いて、現実を追体験させる様な映像のスペクタクルを観客に届けている。
- 32) 作品番号295番『ヴェネチアの大運河』(Panorama du Grand Canal pris d'un bateau, 1886)。邦題は『リュミエール!』(ティエリー・フレモー監督、2017年)の日本版DVDで用いられているタイトルを踏襲した。
- 33) ディーン・マキャーネル『ザ・ツーリスト——高度近代社会の構造分析——』遠藤英樹／須藤廣／高橋雄一郎／寺岡慎悟／堀野正人／安村克己訳、学文社、2012年、111および127頁。
- 34) ブーアスティン、前掲、97頁。
- 35) デヴィッド・ボードウェルとクリスティン・トンブソンは、「非物語世界の音」を、ストーリー上の世界の外部にある音源から聞こえてくるかのように表現され、作品のアクションを強調するために加えられる様な音であると定義している。デヴィッド・ボードウェル／クリスティン・トンブソン『フィルム・アート——映画芸術入門』藤木秀朗監訳、名古屋大学出版会、2007年、348頁。サン・マルコ広場でのジェーンとレナートを捉えたシーンでも同様の楽曲が使用され、ジェーンが何かに魅了されている姿が示される。だがここではフレーム内に音源が存在せず、彼女が何に対して魅せられているのか定かではないため、物語世界の音か否かを判断することはできない。

引用文献

- Barry, Salt. *Film Style and Technology: History and Analysis*. 2nd ed., London: Starword, 1992.
- Bernardi, Debra. "You're Not Going to Let Some Silly Old Rule Stand in Your Way!" *Alternative Visions of The Modern in Mid-Century American-Women-in-Italy Films*. *Iperstoria* 14, (Fall/Winter 2019): 179-190.
- Boorstin, Daniel J. *The Image: or, What Happened to the American Dream*. New York: Atheneum, 1962. (ダニエル・J・ブーアスティン『幻影の時代——マスコミが製造する事実』後藤和彦／星野郁美訳、東京創元社、1964年)
- Brownlow, Kevin. *David Lean: A Biography*. London: A Wyatt Book for St. Martin's Press, 1996.
- Casper, Drew. *Postwar Hollywood: 1946-1962*. Oxford: Blackwell, 2008.
- デヴィッド・ボードウェル／クリスティン・トンブソン『フィルム・アート——映画芸術入門』藤木秀明監訳、名古屋大学出版会、2007年。
- デヴィッド・ハルバースタム『ザ・フィフティーズ 1——1950年代アメリカの光と影——』峯村利哉訳、筑摩書房、2015年。
- Fenwick, James. "The Eady Levy, "The Envy of Most Other European Nations": Runaway Productions and the British Film Fund in the Early 1960s.", In *The Routledge Companion to British Cinema History*, edited by I.Q. Hunter, Laraine Porter and Justin Smith. 191-199, New York: Routledge, 2017.
- 飯岡詩朗「ニューメディア／芸術を騙る——2つの『マーティ』(1953/1955)をめぐる」『信州大学人文科学論集』第7巻、第2号、2020年、195-215頁。
- Jonas Larsen and Urry, John. *The Tourist Gaze 3.0*, Third edition, Los Angeles: SAGE Publications Ltd, 2011. (ジョン・アーリ／ヨナス・ラースン『観光のまなざし』加太宏邦訳、増補改訂版、

- 法政大学出版局, 2014 年)
- 加藤幹郎『表象と批評——映画・アニメーション・漫画——』岩波書店, 2010 年.
- 木村めぐみ「フィルム・ツーリズムからロケーション・ツーリズムへ——メディアが生み出した新たな文化——」『メディアと社会』第 2 号, 2010 年 113-128 頁.
- Lev, Peter. *The Fifties: Transforming the Screen. 1950-1959*, New York: Charles Scribner's Sons, 2003.
- MacCannell, Dean. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press, 1999. (デイン・マキャネル『ザ・ツーリスト——高度近代社会の構造分析——』遠藤英樹／須藤廣／高橋雄一郎／寺岡慎悟／堀野正人／安村克己訳, 学文社, 2012 年)
- Maltby, Richard. *Hollywood Cinema*. 2nd ed, Oxford: Blackwell, 2003.
- McIness, Peter S. "From Kankakee to Venice: Postwar American Travel Consumerism in David Lean's *Summertime* (1955)." *Film & History* 50, no.2 (Winter 2020): 47-59.
- Mckee, Alison. "To Have and to Hold: The Possessive Spectator, the Spinster Narrative, and Katharine Hepburn in David Lean's *Summertime* (1955)." *Journal of Film and Video* 73, no.2 (2021): 26-46.
- Sasscer, Frances P. and Walther Lederer. "International Travel in 1950." *Survey of Current Business* 3, no.5 (May 1951): 21-24.
- Shandley, Robert R. *Runaway Romances: Hollywood Postwar Tour of Europe*. Philadelphia: Temple University Press, 2009.
- Steinhart, Daniel. *Runaway Hollywood: Internationalizing Postwar Production and Location Shooting*. California: University of California Press, 2019.
- 遠藤秀樹／須藤廣『観光社会学 2.0——拡がりゆくツーリズム研究』福村出版, 2018 年.
- 定期刊行物
- Motion Picture Herald* (1956)
- The New York Times* (1955)
- 映像資料
- 『リュミエール!』, ティエリー・フレモー監督, ギャガ, 2017 年
- 『旅情』, デヴィッド・リーン監督, パラマウントジャパン株式会社, 2012 年.
- 『ローマの休日』, ウィリアム・ワイラー監督, パラマウント・ホーム・エンタテインメント・ジャパン, 2003 年.

The Emergence of "Runaway Romances" in Postwar Hollywood and David Lean's *Summertime* (1955) as a Self-Referential Text

Hajime KUNINAGA

Graduate School of Human and Environmental Studies,
Kyoto University, Kyoto 606-8501 Japan

Summary From the late 1940s through the 1950s, the Hollywood film industry saw a sharp decline in cinema theatre attendance. In reaction to this dwindling cinema-going popularity, major Hollywood film studios began to produce films set in Europe featuring tourist attractions, hoping that visual spectacles of exotic lands would bring the audience back to cinemas again. The film scholar Robert Shandley later labeled such tourist-related films in this period as "Runaway Romance."

This study focuses on David Lean's *Summertime* (1955) as a "Runaway Romance" film and argues that the film is a self-referential critique of the interrelationship between mass tourism and films. The first half of the discussion traces the development of "Runaway Romances" and outlines both narrative and aesthetic patterns of the genre by focusing on *Roman Holiday* (Director: William Wyler, 1953), whose financial and critical success paved the way for the formation of the genre. Thereafter, it examines how Lean uses a 16 mm camera that Katharine Hepburn operates throughout the film and comments upon the touristic view of the world. Unlike typical runaway production such as *Roman Holiday*, the film successfully foregrounds the presence of emerging media-driven tourists in contemporary American society.