

Elle (エル)

Paris : Éditions Défense de la France , 1945—

「エル」は、フランスを代表する女性誌である。「エル」とはフランス語で「彼女」という意味で、50年以上続いていながら常に業界をリードする女性誌として知られ、今なおその輝きは失われていない。

「エル」の前身である「プール・エル (Pour elle)」は1940年8月に創刊された女性週刊誌で、1937年創刊のフランスの雑誌「マリ・クレール」にならったといわれている。第二次世界大戦中は休刊していたが、戦後1945年に「エル」としてデファンス・ドゥ・ラ・フランス出版 (Défense de la France) から新たに発刊された (ブリュノ・デュ・ロゼル著『20世紀モード史』による)。初代編集長のエレヌ・ゴードン＝ラザレフ (Hélène Gordon-Lazareff 1909—1988) は戦時中アメリカに亡命し、出版の仕事に携わっていた。「ハーバース・バザー」「ヴォーグ」「ニューヨーク・タイムズ」を手がけ、そこで学んだアメリカのモード誌づくりが「エル」に大いに生かされた。

「エル」の誕生と成功はエレヌを抜きには語れない。夫はフランス有力紙「フランス・ソワール」の第一人者で著名なジャーナリスト、ピエール・ラザレフである。共著で『フランス人の眼で：現代ソ連人の生活』を出版している。この著書によると、スターリン後のソ連に「エル」の編集者として入国を果たし (当時としては容易なことではなかった)、その際、彼も同行した。ロシア生まれでロシア語に堪能なエレヌは積極的に市民と交わり、ピエールの通訳もかっている才女である。「エル」はエレヌの情熱を注いでつくられた、それまでにない女性誌として特異な存在となった。夫ピエールの有力な後援のもと、人的ネットワークの広さから、誌面には著名人がたくさん参加している。彼女の功績は、現在でも「エル」の奥付に創刊者として名前が掲げられていることで示されている。

「エル」の誌面づくりでエレヌが決めたルールがある。①美しいサンセリフ (書体) を使ったタイポグラフィ ②写真には必ずキャプションをつける ③ページの下の方から記事を始めない ④読みやすい文章 ⑤常に見出し、小見出しの頭は太字体を使用する、がそれで、読者の側に立って読みやすく美しい雑誌にするという姿勢が受け取れる。また創刊当時のフランスでは一般的でなかったカラー写真をまず表紙から採用した。それまでのファッション誌はイラストが中心だったため、写真中心の誌面はかなりアメリカナイズされた異色の存在だったようだ。そこには、一般人に消費生活への欲求が生まれる前の (まだ何でも配給だった) フランスに、アメリカ仕込みの、生活を享受するスタイルを啓蒙しようとするエレヌの意図を読み取ることができる。それは結果としてファッションの世界においてオートクチュールからプレタポルテへ向かう時代の変化を牽引する力となっている。フランスの読者から高い支持を得られたからでもあるのだが。

「エル」の特徴として、おしゃれで流行に敏感なフランス女性の好みに合った誌面づくり、新しいデザイナーやモデルを見いだす視点が挙げられる。例えば1947年、ディオールのニュールックをフランソワ・ジルー (1953年まで「エル」の主筆として活動した女性ジャーナリスト) は「昨日までは全く無名のデザイナー、クリスチャン・ディオールの驚くべきデビュー」と紹介した。また、



1278号（1970年6月15日）の表紙
高田賢三デザイン、麻の葉柄のドレス



3000号記念号（2003年6月30日）の表紙
3種類作られた表紙のうちのひとつ

1970年6月15日号の表紙はデビューしたばかりのケンゾーの作品で、翌年3月にはカラーで4ページにわたって彼の特集を組んでもいる。フランスのセックスシンボル、ブリジット・バルドーは16歳で「エル」のカバーモデルとしてデビューし、専属モデルを経て女優になったことも有名なエピソードである。

また、整いすぎて近寄りがたい雰囲気のあるモデルではなく、より若々しくてカジュアルなモデルを親しみやすいシチュエーションで撮影したことでもよく知られている。アートディレクターのピーター・クナップ (Peter Knapp) は男性フォトグラファーでチームをつくり、男性から見て魅力的な若くて女らしいモデルの写真を効果的に使うようにした。そのチームにはデヴィッド・ベイリー (David Bailey)、ギイ・ブルダン (Guy Bourdin)、ロバート・フランク (Robert Frank)、フランク・ホーヴァット (Frank Horvat)、ヘルムート・ニュートン (Helmut Newton) 等、有名ファッションフォトグラファーの名前が見える。彼らの写真はそれまでのファッション誌にありがちな背景 (たとえば椰子の木の下や超高級ホテルの前など) を避け、田舎の風景や地元の人たちと肩を並べるモデルといった気取らない場面を取り入れていた。フランク・ホーヴァットは、それは自分の提案がエレーヌの好みとぴったり合ったからだ、と述べている。

内容はファッション、インテリア、料理等、女性誌に欠かせないテーマを中心に、さらに社会問題など、硬派なテーマがたびたび取り上げられているのが、大きな特徴といえるだろう。社会における女性の地位の向上に強く関心を持たせるような記事もよく見受けられる。

2003年6月に3000号を迎えたことを報じるAFP通信の記事は、「エル」編集者の次のような言葉を伝えている。「『エル』は女性の権利を守ることに記事をさいて読者に支持されてきた。しかし男性と張り合ったり闘ったりする雑誌ではない。読者の1/4は男性である」。3000号を迎えたその特別号には原型の1/4サイズの創刊号が別冊付録としてつけられた。当時のそのままのページをたどると今の「エル」の原型を見いだすことができる。創刊号は11万部以上の売上げがあったとのことだが、1954年の売上げは60万部、1960年には100万部に達している。

表紙に見られる「エル」のロゴは今も当時と変わらない。そして2002年にはフランスの雑誌協会 (Syndicat de la Presse Magazine et d'Information = SPMI) よりその年のベスト雑誌賞「Magazine de l'année」を受賞するなど、今なおトップを走りつづけているのである。

「エル」は世界を広げ、今や30か国以上で提携誌が発行されている。日本はその先駆けとして平凡出版 (現マガジンハウス) から「エル」提携誌の名のもと、1970年に「アンアン」が創刊され、1982年に「エル・ジャポン」として独立した。後に本国の「エル」がアシェット社の傘下に入ったことで、日本でも出版社がタイムアシェットジャパンに変わり今日に至っている (現在の出版社はアシェット婦人画報社)。各国版「エル」は日本のほかに、アメリカ、イギリス、スペイン、イタリア、ポルトガル、スウェーデン、ブラジル、中国、ギリシャ、キューバ、オーストラリア、シンガポール、メキシコ、アルゼンチン、チリ、チェコ、タイ、インド、韓国、カナダ等、様々な国で出版されている。

本館所蔵は3号からで、ところどころ欠号があるが、かなりまとまった量がそろっているので流れを追っていくことができる。本国フランスでは一貫して週刊の姿勢を変えていない。フランスの女性誌といたら「エル」、の時代はまだまだ続きそうである。

(尾崎弘美)