

モードは語る

中野 香織

火災に遭ったノートルダム寺院は、パリモードにとっても聖地であった。多くの仏ブランドが、ノートルダムを背景に撮影をおこなってきた。時を超える美しさ、職人の技巧、比類ない個性——フレンチシックに欠かせない価値を、ノートルダムが増幅してくれたのだ。

だから、再建のため仏の二大ブランドグループのトップ、ケリングのフランソワ=アンリ・ピノー氏とLVMHのベルナール・アルノー氏が率先して巨額の寄付を表明したのも当然であった。一番乗りピノー氏の1億1000万に後れをとったアルノー氏は2億1000万を寄付。多くの企業が続ぎ、総計約10億1000万が集まった。

寺院火災寄付に批判

美德「危険物」の時代

これに対しフランスの人々は感謝するかといえばそうではなかった。深刻な貧困・格差問題は放置されるのに寺院再建には富豪から莫大な寄付が集まるという事実には人々は怒りを募らせ「黄色いベスト」による暴動は過激化した。

連想したのは、ここ数年世界にくすぶる「美德のひけらかし (virtue signalling)」批判である。SNSで「自分は人々の不幸に共感を示すいい人である」と示すため、プロフィール写真の背景をテロの犠牲になった国の国旗に変えたり、慈善運動の資金調達のため氷水をかぶるアイスバケツチャレンジをしたりする行為が非難され始めていた。



焼け落ちるノートルダム寺院の尖塔＝A P

承認願望が見える善意のアピールへの不快感は広がり、英国の作家、ジェームズ・バーソロミューは15年4月、「美德のひけらかしの不愉快な誕生」という記事を書き、言葉を流行させる。以後「善き」大義のための行進に参加する自分の写真を投稿したり、LGBT差別反対という「善」を表明するメッセージTシャツを着たりする行為は批判されている。

富豪の寄付は善意から出ており犠牲も払っているのに、SNS上の美德のひけらかしとは異なるが、善行の難しさを見せてくれた。不平等が拡大する時代に善を行えるのは恵まれた人であり、そのアピールは状況次第で人を傷つけたり怒りを喚起したりすることがあるのだ。私たちは善や美德が取扱注意の危険物となった時代のなかにいる。

(服飾史家)