



Ⅲ
南
ア
ジ
ア

13
インド(その一)

ボンベイの映画

押川文子

世界に冠たる映画大国

インドの繁華街を歩くと、いつもどこかの拡声器からボリュームいっぱいの甘ったるい歌声が流れている。若い男性たちが鼻歌で合わせながら通り過ぎる、といった光景もよく目にする。こうした歌は映画の主題曲が多い。最近では斜陽の影がさしているとはいえ、評判の新作のかかる映画館の前は入れ替え時間になると人だかりがする。一枚数ルピーのチケットでたっぷり三時間、恋あり、親子の葛藤あり、「男の闘い」あり、歌あり、涼しげな山景色あり、さらにはグラマーなヒロインの踊り付き！……サービス満点のインド映画ぬきにはインドの「娯楽」は語れない。

映画は映画館で見るだけでなく、その主題歌やファッションが流行し、スターのゴシップ雑誌が何種類も発行され、流行語を生みだし、さらにビデオになって居間に入り込むという裾

野の広いメディアなのである。

インドが世界に冠たる映画大国であることはよく知られている。年間に製作される映画本数は七七〇本余（一九八八年）、常設の映画館だけでも八四〇〇館余、移動上映施設を含めると約一万二〇〇〇（八七年）にも及ぶ。七七〇本余の映画のなかには北インドで広く話されているヒンディー語映画（二三・五%、主にボンベイで製作され観客動員数では断然多い）のみならず、テルグ語（二〇・九%）やタミル語（一九・七%）、さらに独特のリアルな表現で近年評判の高いマラヤラム語（一〇・七%、数値はいずれも八八年）などの南インドの諸言語映画も多く、タミル語映画がヒンディー語映画にリメイクされる、といったこともある。

一般に、北インドではよほど気をつけていないと南インド映画や芸術性で名高いベンガル語映画（最近亡くなったショトジット・ラーエ監督作品などを含む）を見ることができないが、非ヒンディー語地域ではヒンディー映画も普通に上映されている。外国映画は、大都市部で英米映画を中心に若干程度（もちろん字幕は付かない。非英語映画が上映される場合も英語の字幕付きだから見る人はおのずと限られる）、その他は「〇〇映画祭」といった催しを除けばほぼ皆無である。日本では評判が高かったアッテンボロー監督の「ガンディー」も、筆者がニューデリーの映画館で見たときにはあちらこちらから失笑が洩れていた。

インド映画のなかでも、外国の映画祭で受賞するような「芸術」映画や社会性の強い映画は

国内での興行成績はあまり芳しくないことが多く、インドの「娯楽」という文脈で映画を捉えるならば、一にも二にも、人気俳優を多数動員して製作される冒頭に掲げたようなボンベイ映画がその代表だったといってもよいだろう。

大衆の共感を呼ぶ

ボンベイ映画

さてそのボンベイ映画、人気の秘密はどこにあるのだろうか。現在ではあまり聞かないが、かつては気に入った映画は一〇回以上見る人もいて（同じ映画が同じ映画館で一年以上かかることもあった）、主題歌はもとよりセリフの一つ一つまで覚えていたという。あんなに長くて、「近代映画」になれた目でみると構成もカメラワークも演技もアラだらけに見える映画なのに！ 多分そこには数ルピーで夢の三時間、あるいは替わりの娯楽の少なさ、といった理由だけではない何かがあるに違いない。

ボンベイ映画がたくみに時代の息吹きを写しとってきたことも当然その理由の一つだろう。

五〇年代から八〇年代にかけてのインド映画の変化が、新しい国家社会の建設の理想の時代から「力」と「金力」の時代へという政治の世界の変化に対応していると論じる政治学者もいる。心優しい市民の哀歎から暴力とスマグリング（闇取引）ばかりが目立つ映画へ、ふっくらした頬とサリートの裾からのぞく足首に胸ときめかした時代から黒エナメルの半裸の女優が大看板を飾る時代へ……。こうしたアナロジィがどこまで当を得ているかには異論もあるが、ボンベイ映画が時代とともに変わってきたのは事実である。人々は自分のおかれた時代のコンテク

ストを映画のなかに確認し、ヒーローやヒロインたちと同化しながら「有り得そう」なフィクションの世界に遊んだのかもしれない。映画として完成された作品ならば一度見ればよいが（二度目の感激は最初よりも確実に落ちる）、ともに遊ぶ映画なら場面展開やセリフを覚えれば覚えるほど観客もスクリーンの一部になれる。

そう思つて見ると、ボンベイ映画の大ざっぱな構成や型にはまったカメラワークにも意味がありそうだ。ドイツ人の文化人類学者がメディアとしてのボンベイ映画考察の一環として、その一つをいくつかの農村で上映して村人の「反応」を記録した調査がある。いささか人の悪いこの調査によると、「クライマックス」のシーンの後では人々は互いに隣の人と話しあつたり、あるいは一人でじつとその場面を確認している様子だという。あまり緻密に構成された映画では、こんなことはできない。あくまでも観客の反応を念頭において見せ場を配置すること、これがボンベイ映画型「大衆映画様式」の完成された形態なのだ。どこか「ヨッ、健さん!」「お竜さん!」の世界に似ているが、「健さん」の世界が場末のオールナイトの暗がりのなかでこそそれらしくなるのに比べて、ボンベイ映画のそれは、もっとてらいなく明るい。

こうした観客参加型のボンベイ映画は、当然のことながら参加した観客の間に強い共通の時代体験をもたらすものだったろう。だからこそ、歌やファッショ、ゴシップなどさまざまな周辺メディアを生みだし、人々の会話のネタになり得た。この会話、「おしゃべり」こそイン

ド世界の最大の娯楽ではないかと筆者は思っているのだが、ボンベイ映画はおしゃべりの世界にも直接通じる何かをもっているのである。

映画凋落は人の 心情変化の予兆か

そのボンベイ映画に最近、さまざまな変化が現れている。製作本数も八〇年代初頭に比べるとかなり減少し、七〇年代の「Bohry」や「Sholay」のような大ヒットはもうなくなった。繁華街の一等地にある映画館のなかにはシヨッピングセンターに衣替えするところもある。繊細な描写を得意とする女流監督群が台頭し、監督の意図が前面にでた個性的な作品も増えてきた。テレビは白黒からカラー時代に入り、数年前からは衛星放送でBBCや香港からのポップス番組も受信できるようになった。田舎街でもビデオ屋が増えて、かつては映画館に通っていた人々が家でテレビとビデオを見る時代になっている。

ビデオは世界中で映画産業を変化させたが、酷暑の街にポッカリ夢空間を提供して、多くの観客を同時にスクリーンに遊ばせてきたボンベイ映画の場合、それは映画の造りそのものを陳腐化させかねない変化であった。閉じられた部屋で個人体験として見るには、従来のボンベイ映画はなじまない。そして、もしかしたらボンベイ映画の凋落もしくは変化は、「話好き」な社会を作ってきた人々の心情の移り変わりの一つの予兆なのかもしれない。

「付記」インド映画全体については、松岡環「映画とインド社会」（小谷汪之他編『もっと知りたいインド』Ⅱ、弘文堂、一九八七年）、B. Pfeleider and L. Lutze, *The Hindi Film : Agent and Re-agent of Cultural Change*, New Delhi, Manohar, 1985 を参照された。

（おしかわ ふみこ／アジア経済研究所地域研究部主任調査研究員）