

VI ラテンアメリカ

大衆の「憂さ」を晴らす映画とサッカー

相原好江

娯楽の要件を満たすもの

金の無い国に「娯楽産業」が生まれるとしたら、それはまずもつて「金がかかる」ことが絶対条件である。だから「娯楽」という言葉のなかには「大衆」という意味がたっぷりと含まれている。ゆえにだれもゴルフを娯楽とは思わない。こんな金のかかる産業が発展途上国にはびこつたら、なにか不平等のにおいがして不似合いだ。

一般に国民大衆の娯楽は、いまでもなく各地方の祭事に根ざして発展し、固有の踊りやリズムを生み出した。しかしこれらが娯楽として定着するには日常性に欠ける。

娯楽に要求される「大衆性と日常性」を満たすのが、日常的に大衆を集め、かつしばしの間笑いと涙を共有できる「映画」であろう。四角な入れ物とスクリーンと、そして映写機があれ

ば一堂に何百人もが楽しめる。そのうえ自国の映画はもとより、見たことも行つたこともない国々の姿をいながらにして味わい楽しめたら、こんな素晴らしい「娯楽」はあるまい。

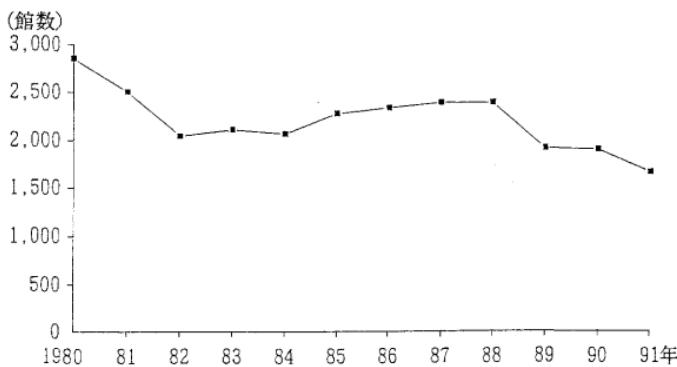
さらにこの娯楽が手ごろの経費ときていたら、言うことはない。国の経済発展いかんにかかわらず、安く国民大衆を楽しませる「産業」として映画産業が発展したのは当然の結果ではあるまいか。今日では技術発展の結果、家にいながらにして見たり聞いたりできるテレビやビデオの出現により、先進国では映画が斜陽産業化したきらいがあるが、発展途上国ではまだまだその魅力は落ちていない。

映画産業の現状

メキシコの映画産業の最盛期は一九七

〇年代末期までであり、七五・七九年には映画館数が五・六%上昇している。しかしその後八〇年代初期には経済停滞の波を受けて減少を経験し、八五年から一時的回復に向かうものの八九年から減少傾向を示し、

映画館数の推移



(出所) Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica.

九一年現在の映画館数は一六五八となつてゐる（図参照）。

このように確かな数字からみるとメキシコでも映画産業は技術革新の波を受けて、花盛りとはいかぬが、九〇年には年間国民一人当たり一回強の映画館通いという数字が出されているし、そして昨今のメキシコシティを見る限りにおいては、まだまだ映画は大衆にとつて搖るぎない娯楽であることは間違ひない。

メキシコ映画の喜劇王

メキシコで映画の製作が始まつたのは十九世紀も末の一八九六年で、それから十五年後には「メキシコのチャップリン」の異名を持つ「カンティンプラス」（連続喜劇映画の主人公名）ことマリオ・モレノ・レイエスが誕生している。彼こそはメキシコ大衆映画の英雄としてメキシコ革命後の三〇年代の荒廃した社会から七〇年代までのおよそ四十年以上にわたつて国民の涙と笑いを共有してきた救世主であり、メキシコ映画は彼なくしては語れない。

そんな彼が一九九三年四月二十日、八十二歳を全うして他界した。この訃報に接した「よき時代」（いすこの国にもみられるのだが）を懷かしむ大衆の哀悼はいかばかりであつたか。悲しみを伝えるニュースのタイトルは“マリオ・モレノ・レイエスは逝つてしまつたが、カンティンプラスは死なず”と。

ちなみに一九八五・九一年の国産・外国産映画の上映状況をみると、国産の割合は常に三

○%を上下しており、決して国産映画は好況とはいかなかつたが、これら低迷状態の底辺をしつかりと支えていたのがこの「カンティンフラス」であつたことを思うと、メキシコ映画界の損失は大きい。

しかしながら世代の交替も時の流れで、八〇年代後半から九〇年代に入り若者や中年層をねらったジャンルの異なるメキシコ映画が現れ、九二年大人気となり開館前にすでに長蛇の列をよんだ『赤いばらソースの伝説』（原名とは似ても似つかない）が翌九三年春から夏にかけて日本でも上映され、つかの間のメキシコ映画復活の兆しを投げかけた。

映画館は気安い娯楽の場 ところで、大衆を動員するメキシコシティの映画館は住居に密接しているばかりでなく、交通の便が非常によい所に設置されていて接近し易いし、場所によつては三~四の映画館が同一敷地内に設けられていて、行き当たりばつたりに行つても、どこかの映画館に腰を落ち着けられるというサービスぶりだ。入場料もメキシコシティ平均で約二〇〇円強と、非常に安く抑えられている。

人々は上映時間（一般には午後四時頃から始まり、一日四回）に合わせて仕事の調整をつければ、どの映画館にもさほどの時間をかけずに気軽に飛んで行ける。時にはエプロンをカーディガンに替えて、というわけだ。メキシコ人にとつての映画館は若者にとつては友達と会う機会を作るため、夫婦にとつてはまさに散歩にでも行く気安さだ。

それゆえ映画館の中はさながら遊園地そのもので、上映直前と一〇分間のあの信じられないような賑かさ、先に席をとつたであろう彼が迷子の彼女を大声で上段から下段に向かつて呼んでみたり、スクリーンはそっちのけで四方山話に夢中なおばちゃんたち、ポップコーンをほおばつて彼女といちやつくお兄さん、映写が始まつたばかりなのに、もう飲物やつまみを買ひに立つ若者と、それぞれがそれぞれの目的で来た映画鑑賞だから、その鑑賞態度は百態。映画館は「映画」を観に来る場所というよりは、その場所に集うという感が強い。

ゆえに先進国から來た人は、当初はその騒々しさ、マナーの悪さ（映画終了後、館内に明りがつき、なんと床全域に散らかったごみを見たときは度肝を抜かれた）に複雑な思いを味わうが、しかしマナーうんぬんを言つたら、館内の売店は売上げがた落ちになるであろうし、清掃夫もあがつたりで、付属産業に影響をきたしてしまう。

大衆を相手とする産業は、日常生活の憂さを最大限に晴らせられれば、それで目的の大部分を果たすといえよう。先進国で斜陽産業と言われている映画産業がメキシコではまだまだ盛況なゆえんは、このように安い入場料で、ジーパン・Tシャツで家にいる気分でリラックスでき、少々大声を張り上げても、食い残しを足元に散らかしても誰も非難せず、こんな勝手ができるところは他にどこにあるか、にある。そのうえ、上映物によつては腹の底から笑わせてもくれる。誰に勧められなくても暇な時やむしやくしゃした時には黙つても足が向いてしまう。

これが映画産業に要求される大衆性だ。こうした状況に急激な変化が起らぬ限り、メキシコの映画産業は滅びまい。

サッカーもまた……

メキシコには、このような映画産業に加うるに真向うから大衆を魅了するもう一つの娯楽の王者として、サッカーがある。日本でも二二一、二年間に急激な勢いで弱年層や若者を魅了しているが、メキシコではその比ではない。過去一四回開催されたワールド・カップ（一九三〇年より四年ごとに開催）で、ラテンアメリカ諸国において初めて二度（七〇年と八六年）にわたる開催国となっている。大会での成績は列強ブラジル、アルゼンチンそしてウルグアイには及ばないものの、八六年メキシコ開催時にはサッカーノの神様ペレをして「彼による彼のための大会だった」といわしめたマラドーナ（アルゼンチン）を生み出すのに一役かつた。

一九九三年はメキシコ代表チームが北中米選手権で優勝、南米選手権でも強国を相手に準優勝というメキシコサッカー史上初の偉業を成しとげ、サッカー放映時にはメキシコシティの通りは猫一歩かずとの社会現象が伝えられている。こうしたことから、ことし九四年アメリカで開催されるワールドカップへの眼差は五百年変わることのないアステカの太陽のごとく熱く燃えている。これも映画と同じく大衆性の勝利であるといえよう。

[参考文献]

(2) (1)
Epoca, 26 de abril, 1993.

Base de datos de Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica.

(独立行政法人日本映画経済研究所統計調査部統計企画解析課課長代理)