

## 映像文化に関する一考察 —大衆時代の芸術としての映画—

服 部 裕

### A Study on Motion Pictures as the Art of the Mass Age

Hiroshi HATTORI

#### Abstract

Since the first screen show in the world that was held by the brothers Lumière in "Grand Café" in Paris 1895, the films have been developed very rapidly. As a reason for their great success we can indicate that their characters were in perfect accord with that of the mass age of the 20th century. Thanks to the increasing populace and the technological development, the films had, as Walter Benjamin pointed, a possibility to be a new form of arts in the mass age. In the face of this mass age's character of the films we realize that there are different ways and purposes in film expressions: the first is the commercial character, the second is the character of "la politique des auteurs" and the last is the propaganda character.

#### はじめに：表現媒体としての映画の特殊性

映像商品として消費されるだけの映画について語ることに、何か意味があるだろうか。活字商品としての物語や小説の場合、語るに値する対象とそうでないものとの類別を批評家なる知識人があらかじめ行なっているため、こうした自問はあまり生まれにくい。そもそも文学なるものは知識人と称する者だけのために生産されている商品だから、それについて語ることは知識人の特性からして当然のこととみなされている。しかるに、映画の場合は少し趣が違ふ。映画については、少なくとも日本においては多くの場合、その商品価値を高めるために語られることが普通である。だから、映画について語ることは、長らく映画評論家と称する人々の独壇場であったし、逆に公に映画を語る者はみな「映画評論家」の名をいただいてしまう。作品論にしろ映画作家論にしろ、純粋にそのものを際立たせようとするひたむきな営みはあまり多くない。映画評論の世界にあって淀川長治は、氏もまた映画の商品価値を高める作業をテレビという映画と根本的に相容れない媒体で長年行なってきたとはいっても、映像作品そのものに光をあてる以外の関心をもたないという意味において希有な存在である。

文学と違って、映画はかつてはいわゆる知識人とそうでない者が、同時に同空間で体験する以外のなにもの

もなかった。その発展期に早くもベンヤミンが定義したように、映画は同時的に大衆を動員できる複製技術時代の芸術であり<sup>1)</sup>、「今」「ここ」に限定された芸術作品の「一回性」という特性から逸脱した、産業としての商品価値を内包していた。ビデオの普及によって、映画体験の同時性と同空間性はかなり崩れてきているが、映画が文学やクラシック音楽などの他の表現媒体に比べて、知識人とそうでない者が共有する頻度がかなり高い対象であるという事実はかわらない。これが、冒頭述べた映画について語ることに躊躇いの一つの原因であるともいえる。「知識人」にとって、映画はそもそも語るに値する対象なのか…大衆にいつきの慰めや興奮を与えるだけのようにみえる映画について、そもそも何を語る必要があるのか…

反面、例えばジョン・フォードのモノクロ時代の『駅馬車』や『荒野の決闘』の荒野に写る空の青さの圧倒的な実在感に打ちのめされたとき、われわれは重い幸福感のなかで、映画を語る言葉をもたない自らの欠落感に襲われる。生身の自分の存在そのものよりはるかに重い実在感をもたらす映画とは、いったい何なのか…この感覚が映画について語ることを躊躇うもう一つの原因である。映画について語る観客であるわれわれの言葉は、何と色あせていることか。蓮実重彦が『リュミエール』を創刊したのは、この自らの言葉の非=実在感を認めた上で、映画そのものをなお一層輝かせるための言葉をさがす場

をみつけるためであった。

誰もが、映画をめぐってひたすら饒舌であったときの快楽を知っている。同時に、その果てに待ち受けている徒労の実感をも体験している。映画によって言葉を根こそぎ奪われた瞬間の無上の甘美さをたぶんあなたは知っているだろう。そして、その沈黙にいつまでも耐え続けることの息苦しさも知っているに違いない。光はあんなにも輝いているというのに、あたりに落ちる影はあんなにも黒々としているのに、われわれは、いつも、曖昧な灰色の領域に閉じこめられたままである。

映画をめぐって語り綴られる言葉は、ながらく、この灰色の自分を納得し、それを正当化する口実にすぎなかった。あたりに行きかう光があんなにもまばゆく輝き、あたりに落ちかかる影があんなにも黒々としているというのに、その光と影とを自分には無縁のものと断じ、それを嫉妬することさえ忘れながら灰色に馴れてゆこうという保身の歴史が、映画評論と呼ばれるものの悲しい歴史なのだ。<sup>(2)</sup>

以下本稿では、映画とはいったいいかなる表現媒体であるかを改めて検証してみたい。

## 映画産業と作家主義的映画

映画が今日の形態、つまり暗い映画館の大きな銀幕に映し出され、それを観客が同時に同空間で集団的に観るこの形態になったのは、ちょうど百余年前の1895年、場所はフランスでのことだった。シネマトグラフと呼ばれる映画を最初につくったのは、オーギュスト・リュミエールとルイ・リュミエールという兄弟である。リュミエール一家はいわゆる発明一家で、シネマトグラフ発明のきっかけも、父親が彼らにエディソンのキネトスコープを紹介したことに端を発している。ひとりひとりが覗き穴を覗いて観るキネトスコープを見た父親は、即座に改良の余地があると思ったという。このように純粋な技術者としてのリュミエール兄弟が最初に撮った映像は、一家所有の工場から労働者達が出てくる光景だった。その後彼らは次々と日常の風景を撮影する。ラ・シオタ駅への『列車の到着』も映画史上記念すべき最初の上映作品の一つである。時は1895年12月、ところはパリのグランカフェーの地下室であった。人々が待つプラットホームへ画面右上から蒸気機関車が進入してくる。それはまるで観客席に突っ込んでくるような迫力であり、実際席をたって後ろに逃げようとした観客もいたと伝えられている。この史上初の映画興行は大成功をおさめ、この後急速に映画は発展していく。しかしリュミエール兄弟は、

映画史発展にはこれ以上積極的には関わらなくなる。ものそのものを見せるという映画の原点と本質だけを残して、彼らは他の発明へと向かっていく。

リュミエール兄弟は技術者であり、映画を自然科学の研究、例えば筋肉の運動の分析などのために制作しようと思ひ、決して演劇的題材を表現しようとはしなかった。彼らは結局日常の風景をありのままに撮ることしかしなかったため、記録映画の祖と言われている。これに対して劇映画の分野は、リュミエール兄弟の初興行の客のひとりであったジョルジュ・メリエスというマジック好きの男が開拓したと言われている。それは、彼が『月世界旅行』(1902)といった架空のはなしを映画化したためである。そのほかにメリエスは数多くの映画を制作するが、映画を産業として発展させようとはしなかった。彼はあくまで自分が表現したいものだけを撮りたかったため、観客の求めを優先する商業映画をつくる気にはなれなかったのである。すでに映画史の草創期において、現在に至るまで映画制作に課せられ続けている「商品としての映画」と「表現(つまり芸術)としての映画」の間のディレンマが認識されていたといえる。

フランスではじめて、つまり世界ではじめて映画を産業として制作しようとしたのはシャルル・パテである。

パテはメリエスに映画を制作させることで本格的な映画産業を興そうとするが、上記のとおりメリエスはその要請には応じなかった。そこでパテはゼッカやショモンといった監督を発掘し、数々の映画を商業ベースにのせる。そのなかには、メリエスが制作した『月世界旅行』とまったく同名、同内容のリメイク(1907)までである。自分が表現したいことより、何が観衆に受けるかという産業人としての考え方がよく現われているはなしである。パテ社が開発した表現手法で世界中の観衆のもとで興行的に大ヒットしたものに、人間や物の動きを基調にした活劇がある。この手法がやがてアメリカにわたり、第一次世界大戦後のアメリカ経済の発展に支えられて、ロイドやキートンの連続大活劇を生みだすことになる。アメリカ映画はその黎明期から、映画をまず産業として位置づけるところから出発したといっても間違いではない。もちろんこれは、アメリカ映画が自己表現や芸術性をまったく無視しているということではなく、ただつねに商業ベースを前提にしてこそ芸術性を追求できると考えたということである。つまり、映画制作には資金が不可欠であり、資金なき映画制作は不可能であるという、映画制作を産業として捉えるアメリカ資本主義社会の本質が背景にあったといえる。

また映画制作のこの産業的性格が映画を、例えばひとりの作家がタイプライターひとつで作品を完成してしまう文学や、ひとりの画家が描いた作品が一回限りのオリジナルとして存在する絵画といった芸術とは本質的に異質なものになっている。映画はひとりでは決して制作できず、俳優はもとよりカメラ、照明、セットなど映画には不可欠な技術と技術者、及びそれを賄う資金の裏付けを必要とする、いわば金のかかるチームプレイである。反面、映画は好きなだけプリントすることによって演劇では不可能な観客動員力を獲得し、莫大な興行収入を上げることが可能にする。この意味で、映画は近代資本主義が生みだした大衆社会に見事に適合した芸術の新分野を開拓したといえる。映画が20世紀の新しい芸術様式を生みだしたとすれば、それは文学など及びもつかない圧倒的な数の大衆を対象にした大衆芸術であるといえる。このことをベンヤミンは以下のように言っている。

したがって、芸術がそのもっとも困難かつ重大な課題 [いかに人間が芸術に散漫に接することができるかという課題—引用者] に立ち向かうのは、芸術が大衆を動員できる場所においてである。目下のところ、その場所は映画のなかである。芸術作品に対する散漫な姿勢は、知覚の深刻な変化の兆候として、芸術のあらゆる分野においていよいよ顕著に認められるようになったが、ほかならぬ映画こそ、その本来の実験機関なのである。映画は、ショック作用によって、この新しい芸術作品鑑賞形式に適應する。映画は、礼拝的価値をよせつけない。それは、単に映画が観客に審査員の姿勢をとらせるからだけではない。映画館内でのこの観客の審査の姿勢がいかなる精神の集中をも必要としない、という事情に基づいているのだ。観客はいわば試験官である。だが、きわめて散漫な試験官である。<sup>(5)</sup>

ハリウッドが急速に映画産業を確立していく一方、ヨーロッパでは単に興行的成功だけを目指すのではない映画づくりに励むようになる。ワイマール共和国時代のドイツのラングやムルナウなどのいわゆる表現主義映画や、フランスのデュビピエやカルネやジャン・ルノワールらの映画がその代表的なものである。彼らは興行優先よりも、まず自ら表現したいものを追求することによって、映画を新たな芸術に高めようとした。そのため、彼らのような映画監督は商業的映画に対して映画作家と呼ばれ、その映画制作は「作家主義 (Lapolitique des auteurs)」と定義されている。

「新たな芸術」とは、映画が文学はもちろん、映画と同じように視覚と生きた言葉を媒体とした演劇とは本質的に異質なものであることを意味している。では何が演

劇とは本質的に異質であるかといえば、それは映画が演劇には持ちえない技術的性格をもっているということに起因している。映画の芸術性はそのテーマや主張の重み以前に、いかに見せるかという技法に関わっている。<sup>(4)</sup>そして、その表現技法の根幹にカメラワークがあるのは自明のことである。カメラワークの技術は、本質的に俳優の台詞やストーリー以上に制作者の意図や思想、そのうえ現場の息づかいまでも観客に直接感受させることができる。映画史の初期にすでに使われはじめ、もっとも映画らしい技法の一つであるクローズアップは、演劇では決して表現できないもの、例えば刻々と変わる人間の表情を観客に見せることを可能にした。<sup>(6)</sup>ロベルト・ヴィーネの『カリガリ博士』(1919)以前の初期ドイツ映画は、しばしばインテリの強い芸術指向のために文学的性格を付与されていた。しかし、ホフマンスタールやシュニッツラーの原作を映画化することで「映画を演劇と文学の世界に引きずりこむことによって高尚化しようとしたすべての努力は、幸運にも、映画専門家たちの懐疑心を生みだし、大衆の有益な無関心にぶつかった」。<sup>(6)</sup>

これは、興行優先だけの映画ではなく、芸術としての映画制作を目指すことの難しさを逆説的に教えてくれる。換言すれば、映画は興行の成果をときとして度外視せざるをえないにしても、その芸術性を観客、つまり大衆の眼のなかにしか確立しえないということである。芸術性と興行の狭間にしか存在しえない映画作家たちは、永遠にこの映画制作のディレンマにさらされ続ける。彼らの努力は偏に、自己表現をしながら、次の映画を撮ることを可能にするための興行成績をあげることにとも向けられている。すでに述べたように、資金なくして映画制作は不可能であるからだ。だからこそ、逆に単なる商業主義のようにみえる映画に、高い芸術性が潜んでいることがありうるのである。しかし映画制作者が自らの映画に芸術性を付与したとしても、観客がそれに気づくかどうかは別のはなしである。文学や演劇やクラシック音楽がもついわゆる批評的態度の知的固定客を、映画は本来もっていない。名実ともに名作といえる作品が興行的にはまったく顧みられない例はいくらでもあるし、逆に大ヒットした商業映画の芸術性に観客がまったく気づかないこともある。さらに、映像表現として芸術性の薄い映画が、高い「芸術的」評価を獲得してしまうこともある。いずれにしても、映画が不特定多数の大衆を前提とせざるをえない、否大衆に観られることを目指した表現媒体であることだけは間違いない。ベンヤミンの言葉を借りれば「芸術作品への大衆の参加」<sup>(7)</sup>であり、それによって従来の芸術形式そのものが変容せざるをえない状況の出現であるといえる。

## プロパガンダ映画

映画が大衆との関係のなかでしか存在しえないという事実は、上記の芸術性と商業性の間のディレンマ以外に、もう一つの性格を映画に与えている。それは芸術性や商業性という契機とはまったく別な次元に映画を押しやってしまう、しかしながら映画の本質に根ざしている性格である。それは、映画を含む広義の映像が持ちうる極度に政治的な性格、つまり大衆を扇動する負の力である。文学、音楽、造形芸術そして演劇にも、もちろん同様にプロパガンダ的性格はある。しかし、観衆の動員力と観衆層を選ばないその大衆性、並びにプロパガンダ効果を高める様々な表現技術のいずれも兼ね備えているのは映画だけである。

映画が潜在的にもっているプロパガンダ的性格は、右翼左翼の別なく政治的な大衆操作に想像を絶する効果を与える。プロパガンダ映画の特徴は、制作者個人の思想や世界観を自由に表現する映画の原点としての個人的な表現欲求を抑圧する国家や党による表現の独占にある。しかし、この「表現の独占」は大衆をそこに参加させることによってこそ、その目的を達成する。大衆は上からの価値観の付与を強制と感ずるのではなく、これこそ自ら固有の価値観であると思ひ込む。大衆は集団的に観るプロパガンダ映画のなかで自己表現の実現を見、それを他者と共有することで共同体の意志を確認し合う。ヒトラーが自分を中心に据えた記録映画や戦場取材したニュース映画を多数制作させたことは、映画の本質をよく理解していたことの証である。ベンヤミンは、資本主義がもたらす大衆社会における政治と自己表現のありかたを、それに関与する映像表現について以下のように指摘している。

現代の人間のプロレタリア化の進行と広汎な大衆層の形成は、おなじひとつの事象のふたつの面である。あたらしく生まれたプロレタリア大衆は、現在の所有関係の変革をせまっているが、ファシズムは、所有関係はそのままにして、プロレタリア大衆を組織しようとする。ファシズムにとっては、大衆にこの意味での表現の機会を与えることは、おおいに歓迎すべきことなのだ（それは大衆の権利を認めることと同一では絶対でない）。所有関係の変革を要求している大衆にたいして、ファシズムは現在の所有関係を温存させたまま発言させようとする。当然、行くつくところは、政治生活の耽美主義である。大衆を征服して、かれらを指導者崇拜のなかでふみにじることと、マスコミ機構を征服して、礼拝的価値をつくりだすためにそれを利用

することは、表裏一体をなしている。<sup>(8)</sup>(傍点は引用者)

映画は、大衆に「芸術」を鑑賞対象として身近なものにただけでなく、それまで芸術家だけが独占していた「芸術作品への参加」を可能にすることで「自己表現の機会」を与える。これは、映画が大衆そのものを撮影の対象とすることで、「大衆の複製(再生産)」<sup>(9)</sup>を生産することを意味している。「ここで大衆は自分自身と対面する」、しかも撮影技術のおかげで現実より劇的かつ「美的」な形式のなかで、大衆は一瞬主役となった自分を幻想する。ナチスはこのことをよく知っていた。理性的な眼の持ち主には誇大妄想以外のなにもものでもないニュルンベルク党大会を、ヒトラーは『意志への勝利』(1934)として現実以上に荘重かつ劇的に映像化する。大衆は現実には味わった陶酔感を、何倍にも増幅させながら反復する。また、ナチスは戦争の現実を記録するためでなく、戦争の悲惨さと残酷さを覆い隠すために、『砲火の洗礼』(1940)や『勝利の歴史』(1941)といった戦争記録映画を制作し、自分たちの兄弟や隣人である兵士を主役にした「えせ戦争叙事詩」を大衆に見せることによって、彼らの表現欲求を満足させたのである。

## おわりに

プロパガンダ映画は、先に述べた作家主義的な自己表現とは、その目指すところに大きな違いがある。前者が個人の意志より全体の意志を優先させるのに対して、後者はあくまでも個人の主張であるとともに、他者に対する抑圧からもっとも慎重に距離を保とうとする個人主義的な性格をもっている。しかしいずれも、映画そのものの本質から生まれてくる表現形式であることは間違いない。さらに映画産業を支えるいわゆる商業主義も、映画の本質が可能にしているといえる。このように映画の3つの異なる目的は、映画という表現形式そのものを根幹で規定している2つの要素によって共存が可能となっている。2つの要素のひとつは、映画が不特定多数の大衆に向かって開かれた表現媒体であるということである。これはさらに、映画は大衆に観られることによってしか十分にその輝きを発することはないということと、芸術を提供する創作者とそれを受け取る大衆との間の壁が、映画の場合本質的に取り除き可能であるということを意味している。後者は、記録映画だけでなく劇映画の場合でも、例えば職業俳優ではない人々を映しだす映像が力強い表現を獲得しうることを意味している。

映画の第二の要素は、映画が様々な技術とそれを実行する技術集団に支えられることによってしか実現できな

い表現媒体であるということである。技術とはカメラであり音声であり、照明であり、ひとつひとつを取り出してみれば何の意味もないもののセットである。演劇とは違い俳優がどんなに感動的な演技をしても、カメラワークをはじめとした諸々の技術が伴わないかぎり、映画は完成しない。相互に関連し依存しあった技術なくして、映画はまったく自己主張することができないと考えてもよい。その意味で映画作家の自己表現は、あらゆる意味での言葉の思想性以前に、ものをいかに見せるかという技術性に依存している。逆に言えば、自己表現を可能にする技術こそが、人間の精神性まで高められた技術ということになる。つまり、映画が芸術性(精神性)をもつとすれば、それは技術そのものであり、技術が芸術性(精神性)そのものでなければならない。

この映画の技術的性格ゆえに、たとえ芸術性だけを目指す映画でも制作のための資金を獲得しなければならないという経済的制約に縛られることになる。経済的制約から解放されているのは、安定した経済基盤をもつ組織がつくるプロパガンダ映画だけである。映画作家にとって制作資金の調達は、永遠につきまとう重い宿命である。ここで、映画の第一の要素である「大衆性」が、もうひとつの要素である「技術性」を規定する関係にあることが認められる。大衆の受容がなくては、映画を制作する資金は獲得できない。これは、芸術性を求める映画作家の場合でも例外ではない。だから、映画作家が自己表現と商業性のディレンマから、少しでも解放されようとするのは当然である。独立プロを設立し、「芸術性」を求める特定層の観客を獲得するために自主上映を行なうことや、数少ない芸術的な映画賞を得ようとするのも、ディレンマからの解放のためにほかならない。

今大衆はテレビやビデオをはじめとした様々な映像メディアをもっている。このことが今後、映像文化の老舗である映画のありかたを変容させていくことは、映画が大衆の表現媒体であるかぎり避けられないことである。例えばビデオ撮影と編集の簡便さとそれによる制作費の低減化から、映画制作あるいは映像制作そのものが今後ますます大衆化し、これまで特定の者にしか許されな

った映画制作の排他性はかなり取り除かれることが想像される。この傾向は映画のテレビおよびビデオ媒体による商業化が極度に進み、映画館へ足をはこぶ観客の数が激減している日本では顕著である。すでにレンタル・ビデオ業界が自主制作作品を独自に選び、それをビデオ化することで商品化しようというような事実さえある。これはこれまで、映画界の商業ベースにのる以外には自主制作、自主上映しか作品発表の機会がなかった映画市場に、新たなルートが加わったことを意味している。しかしこれは単に、レンタル・ビデオ業界において自主制作映画の新たな商業ベースができた、ということにすぎないのかもしれない。だが一方で、どのような機会であろうが人間が表現行為を求め続けるかぎり、映画に芸術性を追求することを放棄することはないはずである。

### 注

- (1) ベンヤミン、ヴァルター：『複製時代の芸術』、晶文社、1987年、43頁
- (2) 蓮実重彦：「創刊の辞」：『リュミエール1』、筑摩書房、1986年
- (3) ベンヤミン：43～44頁
- (4) 演劇の場合はその技術的制約から、「いかに見せるか」以上に「いかに演じるか」が重要とされていた。そうした演劇の不文律をプレヒトは破壊しようとした。プレヒトは演劇の技術的制約を、異化効果と呼ばれるさまざまな新技法を駆使して解消しようとした。例えば劇中でスライド写真を使う手法は、映画のモンタージュ技法と通じていると考えられる。
- (5) ジャン・ルノワールが『ピクニック』(1936)のなかで愛撫される女優の表情の変化をクローズアップで克明に見せるシーンは、映画表現のオリジナリティーとその説得力を示したものである。
- (6) クラカウアー、ジークフリート：『カリガリからヒトラーへ』、みすず書房、1970年、21頁
- (7) ベンヤミン：41頁
- (8) ベンヤミン：44頁
- (9) ベンヤミン：55頁