

オフ・スクリーンの映像文化論

——戦時下日本の映画統制をめぐって——

日本学術振興会 近藤和都

1 目的

本報告の目的は、戦時下日本の映画興行のあり方を、スクリーンと対面する空間からではなく、オフ・スクリーン（画面外の／画面から離れた）空間における興行実践との関係から把握し、その作用について考察することにある。従来の戦時下映画研究においては、作品分析を中心としつつスクリーンに焦点化してきたといえるが、同時期において重要なのは、オフ・スクリーンにおける諸実践までもが積極的に統制の対象として見出されていったということにある。したがって、オフ・スクリーン「から」戦時下の映像文化（screen culture）を考察するという構図が必要になる。

2 方法

以上のような関心から、本報告では、映画産業従事者たちが執筆した著書や業界誌の記事を渉猟し、また映画館が発行し観客に無料配布していた印刷メディアである「プログラム」を通覧した。前者のデータ群は映画産業従事者たちがどのように映画興行の場を捉え、いかなる方向へと変容させる必要があると認識していたのかを明らかにするものであり、後者のデータ群は映画館において具体的にどのような実践が行われていたのかを示すものである。水準の異なる両者のデータ群を合わせて分析することで、当時の映画館のあり方を多角的な視座から考察することが可能になる。

3 結果

分析の結果、1939年に制定された映画法以降、かりにプロパガンダに優れた作品が製作されたとしても、映画観客たちが正しくその意図を理解することができず、結果的にプロパガンダに失敗してしまうということを統制側は問題化し始めた。また、優れた作品の本数は限られており、大多数の娯楽的な映画を観客たちは積極的に享受していた。そのためそのような娯楽的な映画からプロパガンダ的な効果を引き出すことが重要であるという認識が形成されていった。くわえて、かりに同一の映画を観賞したとしても、観客の知識・教養に応じて異なる仕方で受容が行われるという考えが示されていた。

このような文脈を背景にして、映画を「観る前後」の時制において観客を様々なメディアを通じて「教育」し、可能な限り画一的な効果を映画が与えることができるようにすべきだという提言がなされ、それに応じた興行実践が組織化されていくことになった。その結果、映画館内外のオフ・スクリーン空間において多種多様な広告メディアが活用され、「観る前後」にそれらを「読む」ことで映画を適切な仕方で「観る」ことが促された。上映直前には映画の内容と適合したレコードが演奏され、「聴く」として「観る」ことがなめらかに節合されるよう配慮された。

4 結論

以上のように、戦時下においてはオフ・スクリーンの諸実践が統制の手段として見出され、積極的に活用されていくことになった。「観る前／観ている時／観た後」の時制が統一的なものとして把握され、それらを一貫する経験を作り上げることが課題とされた。オフ・スクリーンの領域はスクリーンに付随するものとしてではなく、それを規定する条件として再定義されることになった。