

# メキシコのテレノベラ：ナショナリズムとメロドラマの視点から

Telenovela mexicana : nacionalismo y melodrama

梅 本 英 二

Eiji UMEMOTO

## 序

テレノベラと呼ばれるテレビ番組は、テレビの創成期である1950年代から、ラテンアメリカ諸国で制作がはじめられた連続テレビ小説である。アメリカで、洗濯、台所用洗剤をはじめとする家事用品を主力製品として販売する企業がスポンサーとして、昼下がりの時間帯に放送されたことからソープ・オペラと呼ばれる、主に主婦層の視聴者向けに制作されてきた番組ジャンルと類縁性をもつものとして言及されることが多いが、現在のテレノベラは、主婦層という対象を越えてより幅広い層に親しまれ、制作国であるラテンアメリカ諸国や言語の障壁のないアメリカのヒスパニック社会のみならず、アジア、アフリカ、ヨーロッパにまでその視聴圏を拡大し、ラテンアメリカの外貨獲得のための重要な輸出品のひとつとなっている。本稿では、こうしたグローバルな規模での広がりをもつテレノベラが、そうした傾向から想像されるイメージとは逆に、ナショナルな領域においてその結束を強めるはたらきを担ってきたことを検証する。

## ナショナリズムと文化的生産物

ベネディクト・アンダーソン（Anderson 1991）のひそみに倣うならば、国家とは、その構成員の間に、ある一定の同意、共通の幻想といったものが共有されている「想像された共同体」であると言える。こうした共同体が、常に不均衡な社会的関係を内在させつつも、ひとつの共同体として曲がりなりにも成立しているのは、支配層が、警察、軍隊といった強制力を持つ機構を通して、その権力を構成員に及ぼしているというだけでなく、彼らの間にある共通の認識が存在しているからに他ならない。ひとつの国家の中には、政治を動かす者とそれに従う位置にいる者、経済的に恵まれている者とそうでない者という、常に不均衡な社会関係が存在し、彼ら間で必ずしも利益や関心が共有されている訳ではない。それにも関わらず、こうした同意が生じてくるのは、そこに何らかの社会的な装置の働きがあるからである。

国民国家において共同体という幻想を支えているものには、国旗や国歌といった象徴的なレベルのものから、教育（学校）、行政（税金、官僚、徴兵制度）、これら中央政府の施策と出版資本主義（print capitalism）を

通して普及、定着される共通言語といった、具体的に人々の日常生活に関わってくるものまで幅広く存在する。このように、国家、国民が自然と同様な所与の存在として、つまりすべての社会は国家という形態をとり、すべての個人はいずれかの国家に属する国民であると我々が思い込みがちな背景には、我々が生活している社会が様々な相違をはらみ、その中に階層を形成しつつ、歴史的に構築されてきたものであるという事実を忘れさせる、何らかのイデオロギー、つまり不均衡な社会関係を隠蔽する権力の作用があると考えられる。こうしたイデオロギーをナショナリズムと呼ぶことができるのだが、そのナショナリズムの中心に位置し、各個人の性質や人格に相当するものとして機能するのが、ナショナル（国家、国民）イメージである。

これらイメージをめぐる言説がどのようにつくられ、維持され、あるいは変容されてきたかを考察するにあたっては、上記の出版資本主義、共通言語をその基礎として登場してきた様々な文化的生産物の果たしてきた役割を看過することはできない。共通言語のリテラシーを前提とした詩、小説から、それを必ずしも必要としない演劇、映画といった、今日では古典としてその芸術的価値が認められているジャンルをはじめとして、ラジオ、そして20世紀後半になって登場してきたテレビという媒体を通して消費される多様な形態の番組、さらには、21世紀になってますますその普及が加速するパソコン、インターネットを介したデジタルコンテンツにいたるまで、現在では、人々に娯楽として供され、消費されるこうした生産物は多様化の一途をたどっている。

19世紀の終わりにラテンアメリカにもたらされた視聴覚総合媒体としての映画は、ナショナルなるものの創出、定着において大きな役

割を担ってきた。映画が近代国家建設の主導権を握る、社会的に力を持っていたエリートたちによって、鉄道をはじめとする近代テクノロジーのひとつとしてヨーロッパから導入されたという事実、そして、そもそも国民国家という社会的制度自体がヨーロッパ近代の発明であったということを考えあわせるならば、こうした結びつきは至極当然のことであった<sup>1)</sup>。デジタルコンテンツがその隆盛を極める今日においても、低所得者層が国民の大多数を占め、そのうちの少なからざる人々が識字能力を欠くか、識字能力を前提とする娯楽を享受する習慣を持たないという、メキシコをはじめとするラテンアメリカ諸国の社会的現実を見るならば、映画の後継者として60年代後半以降その普及が低所得者層にまで拡がったテレビという媒体の持つ影響力は非常に大きいと言わねばならない。

こうしたナショナルイメージが込められたメッセージは、国家、権力といった、いわば抽象的なものから発信され、視聴者にもたらされる訳ではない。そうしたメッセージは、具体的な映画作品なり、テレビ番組の中に、制作者（プロデューサー、監督、脚本家）によって託され、それらが人々に視聴されることによってはじめて意味をなすわけである。イデオロギーとしてのナショナルイメージの発信と受信の関係は、映画、テレビ番組の制作に携わる一部のエリートたちと、その他多くの下位グループに属する人々たち（サバルタン）の間の、それら文化的生産物を介した関係であると考えられる<sup>2)</sup>。

文化的生産物の中でも、テレビ番組は、B級映画、漫画などと一緒に、一般に大衆文化としてひと括りにされ、人々を墮落させるものだ、という批判がなされてきた<sup>3)</sup>。70年代に入ると、単にこうした生産物が人々を墮落させるというだけではなく、自らが置かれた

社会環境を認識できないようにさせる、つまり疎外の元凶として考えられてきた<sup>4)</sup>。こうした文化生産物が、社会のインテリ層、支配層に属する人々によって生産され、流通するが故に、それらは、現存する政治、経済の権力関係を支えるメッセージを人々に伝達するのである、という解釈もまた、前掲の論のバリエーションである。マスコミを通じて視聴者に供される番組は、その娯楽のための仮面の下に、エリートによるイデオロギーのメッセージを含んでいると考えられたゆえに、彼ら支配層による社会操作の道具として捉えられてきたのである。こうした見方は、消費者をそうしたメッセージを額面通り受け取るだけの受動的な存在であると見ており、文化生産物の持つもうひとつの側面である消費という行為を等閑視しているところから生まれたと言える。

これに対して、映画やドラマは、観客や視聴者がそれらを消費することによって、つまり、受け取り、解釈して、はじめて意味のある生産物となる、とする立場は、前記の上からのメッセージ伝達の図式とは正反対に、人々の解釈こそが映画やドラマの意味を創造するとした<sup>5)</sup>。確かに、受け取る側の人々はそうした文化的生産物を単に受動的に鑑賞、享受し、上からのメッセージを再生産するばかりではない。彼らのやり方で価値判断を下し、選択し、さらには、制作者が意図しなかったような新たな意味を付与しさえするということを忘れてはならない。しかしながら、視聴者である人々の日常生活は、国民国家という共同体の中で、経済的、政治的に規制された形で営まれている。また、文化生産物も、資本の論理に従って生み出されていることを想起するならば、大衆による文化生産物の解釈の自律性というものも同様に、ありえないことであるのは明白である。グローバリゼーシ

ンによる脱国境化が進行し、経済戦略の分野では、より大きな共同体をターゲットにする傾向がある中でも、国家は依然としてそこに住む人々にとっては、日常生活やそれに基づいて構築される想像力の射程範囲を規定し続けている。このテレノバラ研究の出発点のひとつを、ナショナリズムという、ひとつの国家の枠組の中における想像力の問題と関わるものに置くのはそのためである。

しかし、文化生産物の受け手を、近代国民国家という、資本主義の論理によって機能している社会的環境に条件づけられた人々であるとして捉えることは、彼らを大衆や消費者として一般化することを意味しない。従来、メキシコのテレノバラを扱った研究では、文化人類学の研究が明らかにしてきた、多様な習慣、生活、嗜好を持っている人々の姿を均一な大衆という像に置き換え、彼らを単に視聴者として位置づけるか、せいぜい、そうした視聴者を経済的な収入の多寡によって機械的に分割して分析するのが常であった。視聴者の日常生活や、そうした生活から生じる利害関係、嗜好といった、ミクロな観察に基づく、文化人類学研究が取り上げてきた人々の生活という側面が疎かにされるか、あるいは非常に瑣末な形でしか取り上げられてこなかったのである<sup>6)</sup>。

こうした単純化された分析に代わって、人々の間に存在する、階級、エスニック、ジェンダーなどの様々な差異に注目することで、文化生産物に制作者が託したメッセージが、様々な異なった社会的環境の下、異なったふうにより、選択、解釈、そして評価される様を捉えることができるようになる。こうした、ある特定の社会的文脈における「厚い記述」を行なうことで、ナショナリズムの言説が、エリートから一般大衆へと一方的に押しつけられ、受容されるだけでなく、後者のグループ内でも

様々な解釈がなされ、あるいは、一個人のレベルでも、必ずしも首尾一貫した受け取り方がなされるとは限らないことが明らかになる。

以下の論述では、こうした特定の社会的文脈におけるテレノベラを受容、解釈の分析、つまりフィールドワークで得られるであろうミクロなレベルでの消費、意味生産の形態研究に先立って、いわばその序論として、これら文化的生産物が、それらが制作された時代と社会の中でどのような意味を持っているのかという、いわばマクロなレベルでのテキスト分析を行なう。その際、テレビという媒体が、社会的に力を持つ層からのメッセージを媒介する手段という側面と同時に、資本主義市場の論理に従うという別の側面も持っていることに注目したい。つまり、資本主義経済の論理に従って動いている社会では、文化的生産物であるテレビ番組は視聴率の高低によってその番組の価値が決定される商品であるがゆえに、番組を制作する側が、必然的に受け手の側の意向を何らかの形でその番組内容に反映せざるを得ない。この点に着目するならば、テレビという媒体が、いわば上からのメッセージと、それに対する下からの解釈が交叉する場として機能していると考えられるのである。そうであるとするならば、テレノベラの中に、国家をコントロールする層が望ましいとするナショナルイメージだけでなく、その受け手である下位集団に属する人々の持つナショナルイメージをも読み取ることが可能であると思われる。

### メキシコのテレビ事情とテレノベラ

メキシコ革命以降、2000年に国民行動党(PAN)のフォックス現大統領が政権をとるまで、制度的革命党(PRI)は、ラテンアメリカ諸国のみならず、世界にも例を見ない安

定した政権を70年にわたって維持してきた<sup>7)</sup>。それはすなわち、国民国家としてのメキシコの近代化を主導してきたエリート層が、彼らの意向に沿った、ありうべきナショナルイメージの創出とそれの国民への浸透をはかってきた歴史でもあった。20年代の壁画運動、40年代の映画という媒体を通して人々に拡められてきた、この、いわば上からのナショナルイメージは、60年代以降、人々のもとにテレビという、すぐれて資本主義的な新しい媒体を通して届けられることになる。

現在、メキシコには二つの民間放送がある。ひとつがTelevisa もうひとつの民放局がTV Aztecaである。現在のTelevisaは、1973年にTelevisión Independiente de Méxicoが合併したものである。この年以降、90年代中頃にTV Aztecaという民放局が誕生するまで、このTelevisaがメキシコのブラウン管を事実上独占することになる。1930年の創立以来、一貫してAzcárraga一族により経営されてきたこのメキシコ最大のテレビ局は、メキシコに461あるテレビ局の80%を所有するか、自らのネットワークの中に組み入れるかしており、さらに音楽、出版、スポーツ、ITと多岐にわたる娯楽産業を傘下に持つ、スペイン語圏最大のネットワークでもある<sup>8)</sup>。これに対し、TV Aztecaは、1993年に経済自由化の一環として政府所有の放送局が民間に払い下げられて誕生した。全国におよそ60局を有するこの民放は、Televisaの事実上唯一の競争相手である<sup>9)</sup>。

テレビを介して送られる番組は、2500万台といわれるその媒体の高い普及度ゆえに、ナショナルイメージをたえず人々に発し、それを無意識の次元にまで高める手段として、国家を動かすエリート層にとって重要な役割を担っている。そのことを示しているのが、メ

キシコの放送業に義務付けられた、政府のための時間枠制度である。それによれば、1969年からすべてのテレビ、ラジオ局に対して、その全放送時間の12.5%を、2002年10月以降は、テレビに関しては一日に18分、ラジオは35分を、政府が自由にできる時間枠として確保しておかねばならないとしている<sup>10)</sup>。

2003年8月の視聴率を見ると、La hora picoとLa parodiaというふたつのコメディ番組の34.8ポイントが最も高い数字を示し、次いでテレノベラ Amor real が34.3ポイントで続いている。20ポイント以上の視聴率を示しているのは、ニュース番組と国内サッカーリーグの試合各ひとつずつを除いて、すべてコメディ（3）、テレノベラ（3）である。これらはいずれも Televisa の2チャンネルで、一方、もうひとつの民放局 TV Azteca は、テレノベラ Mirada de mujer, regreso の18.1ポイントが最も高い数字であった<sup>11)</sup>。

こうした視聴率の傾向は、Histrietas と呼ばれるマンガ雑誌と芸能関係の雑誌が上位を占めている定期刊行物の販売部数にもあらわれている。週刊誌の発行部数は、上位3位までを占める漫画雑誌に次いで、TV y Novelas が54万部、TV Notas が42万部となっている。以下8位 Teleguía, 37万5千部、隔週刊の Fama, 37万部、Eres, 32万5千部で、10位、11位と続く。これらの雑誌を支える読者の数が如何に大きいかは、首都圏の新聞の上位3紙の発行部数が各々9万部であり（Reforma, El Universal, La Prensa）、なおかつ、その40%から50%が実売数であると言われていることを考えれば、明らかであろう。

メキシコにおけるテレノベラは、Televisión（現 Televisa）第2チャンネルにおいて1952年3月から1955年7月にかけて、週一回の一時間枠で160話放映された、ラジオノベラか

らの翻案である Angeles de la calle をもって嚆矢とする。その後、所謂現在のテレノベラの定型とでも言うべき、月曜から金曜までの連続ドラマ形式の先駆けとなったのは、同局4チャンネルにて1958年6月より、午後6時半からの30分間、La Telenovela Colgate として始まった Senda Prohibido である（Terán 2000）。翌年には同じスポンサーで、アメリカのソープ・オペラと同様の戦略のもとに、主婦層に的を絞った午前の時間帯にもテレノベラが放送されるようになる<sup>12)</sup>。1962年までのテレノベラは、30分枠の40から60話完結というパターンを踏襲していたが、この年、Las momias de Guanajuato が130話続いたことで、その後のテレノベラの放映期間は一定ではなくなる。そして再び1970年代に、30分（24分のドラマと6分のコマーシャル）、160話、32週、8ヶ月というパターンが確立する。

### メロドラマとテレノベラ

メキシコにおいてこうした幅広い人々の関心事であるテレノベラを特徴づけているのが、メロドラマ的プロット、すなわち善と悪の対立を軸に展開する筋書きである。ピーター・ブルックスによれば、メロドラマとは、特定のモードを持った演劇的現象である。それは経験に意味を与えるという役割を担った、概念化と表現のひとつの形態であって（Brooks 1976: xiii）、強い感情への耽溺、モラルの分極化と図式化、極限的な存在状況、行動、あからさまな悪行、善なる者たちへの迫害、そして最後に美德の勝利、という筋書きが、大袈裟な表現、いわくありげなプロット、サスペンス、運命の急変というもので彩られる演劇の一形態である。このジャンルは、フランス革命とその後の社会的文脈に位置付けられることによってとりわけ意味を持つと言う。

つまり、メロドラマは、近代特有の表現形式であり、フランス革命後の宗教的、政治的権威が無効になった時代、伝統的「聖性」とそれを表象する制度である教会と王制が役目を終え、キリスト教世界の神話が解体し、階層秩序を持った社会体制が崩壊し、それに伴って、こうした社会に依存していた文学形式としての悲劇や風俗喜劇が意味を喪った時代の文脈において捉えられなければならないのである。当時、真理と倫理伝統的義務概念が覆される中、別の真理と倫理の普及と生活の復興が政治的関心事であった。旧来の宗教、王制によって体現されてきた道德規範に代わって、共和国という制度が新たなモラルの拠り所として、日常生活の道德的秩序を指し示す必要があった（Brooks 1976:15）。このように、真実や道德といった伝統的価値が覆され、疑問に付されて、そうした失われた価値に代わる、新たな時代に相応しい価値基準の回復が政治的な課題として浮上してきた時代に、新たな価値体系を指し示すべく現れてきたのが、メロドラマであった。

メキシコにおける革命後の社会的状況もまた、フランスにおいてと同様に、新たな道德的価値を必要としていた。19世紀の共和国フランスが、法こそが神権に代わる聖典であり、共和制を道德の体現として近代国家の基礎をなしてきたと同様に、メキシコもまた、革命によって誕生した新たな共和国のイデオロギーを価値基準として普及させるという政治的課題に直面したのであった。過剰、誇張、世界観の終わりなきが如き反復をその特徴とするメロドラマのレトリックは、国家の統一、結束への正統な道しるべを示す有効な手段として機能してきた。当初壁画運動によって担われた、この国家を道德と結び付ける世界観を普及させる役割は、1930年代中頃から1940年代にかけて映画産業へと委譲されていったの

である。

近代化を産み出した技術的発明や革新が外部からもたらされたラテンアメリカにおいては、19世紀末に登場したこの映画という新しいテクノロジーもまた、その植民地的社会構造同様、ヨーロッパという旧宗主国の大陸からもたらされた。近代化の基盤となったインフラストラクチャーの整備や教育制度の確立は、鉄道が国家の地理的に分散した地域を結び付け、統一体としての国家を実体化させる一方、共通語の普及とリテラシーの拡大が、異なった言語を母語としてきた集団の間にコミュニケーションの手段をもたらしした。このようにして、前近代の社会においてはほとんど接点を持たなかった、異なったエスニック集団や階級の間、相互的なコミュニケーションの手段が確立されていったのである。映画は、それまでの様々な芸術的形態、シンボル、図像を総合する媒体として、そうした多様な集団の間にナショナルなるものの観念を植え付けるために、政権にとって重要な役割を果たしてきた。

## メキシコ革命、更には40年代メキシコ社会とメロドラマ

メキシコのナショナリズムは、その独立以来、近代化というテーマと分かち難く手を携えてきた。それは、とりわけメキシコ革命後の政権において顕著になる。人口の圧倒的多数を占める農民層を近代国家の国民にすべく、ふたつの政策が実行された。ひとつめが、エヒード制度の履行を柱とする農地改革、土地の再分配である。ふたつめが教育である。特に後者は、「インディオからメキシコ人に」というスローガンの下に、それまで村落単位の帰属意識しか持たず、植民地時代以降、キリスト教を除いてはヨーロッパの文化との接触がきわめて限られていた農村部人口を国民

国家へと統合するために不可欠であった。そこでは、国民となることはすなわち、村落単位の共同体への帰属意識の代わりに、より広い国家への帰属意識をもつことであった。

カルデナス政権後のメキシコにおいては、メキシコ革命に基づくナショナリズムのイデオロギーを基盤として、その正統な継承者としてのPRIの指導の下、輸入代替工業化政策が展開された。多様な地域の統合役としての国家が、教育だけではなく、雇用、治安、融資にわたる全権を持ち、近代化を推進していったのである。この時代においては、近代とは国家の機関を意味しており、その最も優れたものは、国家の中心である首都において体現されていると考えられていた。

ジーン・フランコは、Emilio Fernándezが監督し、Pedro ArmendárizとMaría Félixが主演した映画Enamorada(1946)をこうした革命ナショナリズムの側面から解説している(Franco 1989)。それによれば、この映画の隠されたテーマ(しかし最も重要なテーマ)のひとつが、血縁で繋がれた旧い家族から、国家という紐帯を介した新しい家族へと道筋の提示であるという。革命の動乱によって引き裂かれた家族、すなわち親族の集合体としての父権社会集団が、国家という、革命以前には異なった社会階級に属していた個人を統合するもうひとつの家父長制度によって置き換えられるのである。この革命後の制度が指し示す理想の家族像は、有産者階級、宗教勢力の権威が、世俗の無産者階級によって無化されるという、従来の価値を顛倒する側面を持っている一方で、ジェンダー的観点からは、依然として革命以前の伝統的価値観を保持し続けている。家族を失った登場人物たちが、各々の出身階層を越えて、国家という新たな目標に向けて歩んでいくであろうことを示唆する一方で、男勝りの上流階級出身

の主人公女性は、貧しい出自を持つ革命軍人のあとに従う従順な女性となる。更に、彼女は、象徴的には革命後の国家で、具体的にはこの軍人と営むであろう家庭において、母親の役割を担うであろうことが暗示されている。それと同時に、主人公が革命軍に従って故郷の村を離れて行くことは、村という、地域的な狭い共同体への帰属から自由になり、革命によって達成されるであろう国家という新しい共同体へと向かうことを示しているとも考えられる。村が旧い体制を象徴しているのに対して、明確には示されていないが、彼女が向かう先には近代化の象徴である首都メキシコシティがある。

ここに見られるテーマ、すなわち、階級(貧者の勝利、道徳的優位)とジェンダー(女性の馴化)、そして、各々旧い伝統と近代化を表わすふたつの対照的な場所、あるいは人物というテーマは、テレノベラというジャンルにおいても、重要な主題として今日まで繰り返しあらわれている。しかしながら、ネーション(国民、国家)に関わる言説は、たとえ同一の国家であり、同一政党による政権が続いていても、時代を越えて不変であるわけではない。累積した債務の利子支払額の増加に伴っておきた1982年の通貨危機に始まる、国家主導の混合経済体制の終焉は、このネーションをめぐる言説に変化をもたらした。こうした、上からのナショナルなるものをめぐるイメージの変化と、それを受け取る側の反応をよくあらわしているのが、次に見るひとつのテレノベラである。

### 90年代テレノベラ

テレビ番組が上からのメッセージと下からの解釈が交叉する場であるということを示す例が、1993年から94年にかけて放送された、Verónica

Castro 主演の Valentina である。テレノベラの女王と称されていた女優を主演に据え、さらにはキューバ出身の歌手 Celia Cruz をテレビシリーズに初登場させるなど、製作者側の意気込みは相当のものであったが、いざ蓋をあけてみると、その視聴率は低調をきわめた。こうした視聴者の反応をうけて、2ヶ月足らずで当初のプロットは大きな変化を受けることになる。当初、主人公は Verónica Castro 演じる、大学で経営学を学んだホテルのマネージャーであった。彼女が働くホテルはカリブ海のいずこかを髣髴とさせる南のとあるリゾートにあり、現在の所有者は彼女の家族からそのホテルを乗っ取ってしまったという設定であった。

まず、こうした当初の役柄、場所設定から、制作者側のいくつかの意図が読みとれる。当初、制作者が意識したのは、グローバリゼーションとネオリベラル路線による自由化と民営化政策により、新たな市場としてこのスペイン語圏最大のネットワークが重点を置きだしたアメリカのヒスパニック市場であると考えられる。これは、同時に、ナショナルな共同体をラテンというより大きな共同体に置き換える試みでもあった。また、主人公の現在の境遇こそ、雇われのマネージャーであるが、もともとは裕福な家柄の出であることが暗示されており、その意味では、階級という概念は舞台から排除されている。同様に、近代化の否定的側面である貧困は、画面には一切現れてこない。

視聴率でこ入れのため、脚本家グループが入れ替えられ、主人公は哀れ事故死という筋書きが与えられる。文字通り葬り去られたこの主人公の後には、その双子であるメキシコシティのタクシー運転手（無論女性）が継ぐことになる。共同体の広がりには旧バージョンと異なり、メキシコというナショナルな空間

にとどまっており、そこでは相変わらず、社会の底辺にいる人々が主人公となっている。男性の職業と見なされているタクシー乗りという設定である主人公は、革命後メキシコの「メキシコ革命が馬から下りてキャデラックに乗った」(Monsiváis 1990: 270) と評される、一部特権階級と貧困層の格差が、秩序と発展という名の下に拡大されていった Alemán 政権（1946-52）以降の、資本主義の恩恵としての消費主義と密接に結びついた近代化路線の過程で生まれてきた都市貧困層に属する。こうした近代化の否定的側面の産物である彼女は、社会にルサンチマンを抱く peladita（下層階級出身のじゃじゃ馬、男まさり）<sup>13)</sup> として描かれている。

この peladita は pelado、すなわち都市下層階級の最底辺を構成し、経済的文化的資源の欠如でもって特徴づけられる、社会に恨みをもった男性を表す言葉の女性縮小辞形である。その男性形 pelado は、メキシコのナショナルヒーローのひとりであるコメディアン、Cantinflas によって演じられた、自惚れたエリートたちをからかう道化を指す。ここから、このテレノベラの主人公もまた、貧しい大衆の立場から裕福な人々を揶揄する役割を、少なくとも視聴者の側からは、担わされていたといえる。

このテレノベラがアメリカのヒスパニック人口へのアピールを意識していたのは、先にも述べたように、放送業民営化の流れをうけた競争相手の登場という社会状況から生まれてきたのであったが、そうしたネットワーク単体の思惑に加えて、その背後には国家のエリート層が視聴者に対して示そうとした、以前とは変化したナショナルなるもののイメージがあったと考えられる。教養を備えた主人公、物質的に恵まれたインターナショナルな環境という設定から読み取れるのは、制作者



側の意図が、ネオリベラル時代のグローバルな自由競争主義をより人々の生活に身近なものとして描くことにあったということである。制作者たちは、市場経済の論理に則したイメージでもって、メキシコ革命後の社会像、すなわち経済をも含めたすべての社会生活が国家を中心とした機構によって決定されるというイメージを置き換えようとしたのではなかったのだろうか。別の言葉で言い換えるならば、このテレノベラの中には、より資本主義的な社会のしくみへ国民の意識を教導していこうとする意図が含まれていたと考えることもできるのである。こうした制作者側のメッセージに反して、視聴者が選んだのは、90年代ネオリベラル政策の時代には過去のものとされた、1940年代に描かれたのと同様の、革命によって誕生したメキシコという想像の共同体を出ることのない貧者のけなげな生活であった。

しかしながら、こうしたふたつのナショナルなるものをめぐるイメージの相違にも関わらず、ヒロインが最終的に行き着く運命に関しては、制作者側、視聴者側の両者の間に同様なビジョンが存在した。裕福な男性と恋に落ち、結ばれることによって従順な *dama* (淑女) となるという結末である。このジェンダーの役割についてのイメージは、メキシコ革命前から引き継がれてきた、所謂伝統的保守的価値観が色濃く投影されている。

## 21世紀、子供向けテレノベラ

アルゼンチンで60年代から80年代にかけて3度にわたって、思春期以前の年齢層に向けてつくられたテレノベラが、メキシコでもこれまで3回、基本的には同一の筋に基づいて制作されている。ひとりの教師がとある小学校に赴任してくるところから物語は始まる。彼女が様々な困難に遭遇しながらも、子供達

の心を捉え、彼らの成長を暖かく見守っていく、というのがすべてに共通する大筋である。アルゼンチン版では、その題名から明らかなように (“*Jacinta Pichimahuida, la maestra que no se olvida*” 1966, “同名” 1974, “*Señorita maestra*” 1983, 他に映画 “*Jacinta Pichimahuida se enamora*” 1976 がある), 小学校に赴任してきた教師を中心人物としているが、メキシコ版では、子供たちの役割により重点がおかれている。

メキシコにおける3回目の焼き直しである2002年の *Vivan los niños* と題されたテレノベラの登場人物の中で、最も共感を集めたとされるのが、自動車整備工の父親を持つ Lucas という男の子である。メキシコではこの職業に従事する人たちの多くは、低所得者層に属する家庭をその出自とする。農村部から都市部へと職をもとめてやって来た人々の子弟、あるいは都市部の低所得者層の子弟が見習いのような形で、メキシコシティーに無数に存在するであろう小規模な整備工場 (*taller*) で技術を身につけ、修理工として自らの工場を持って独立をはたすというパターンが多い。こうした社会的文脈を考えると、この役柄の人気を支えたのも、前述の、テレノベラの改変を制作者側に余儀なくさせた、視聴者側が一貫して持ち続けてきた、革命以降国家のイメージを支え続けてきた貧しい人々への共感であるといえる。

メキシコにおいてこのアルゼンチン制作のテレノベラがリメイクされた背景には (1989年, 1992年, 2002年), 児童層の視聴率の獲得を目論むテレビ局が、既にアルゼンチンで大きな成功をおさめていた原作に白羽の矢を立てたことに加えて、教育的効果を持った児童番組が必要だと認識があったと考えられる。視聴率を稼げる番組のひとつに、歌や踊りをまじえたバラエティー番組がある。多く

のコマーシャルを挿入し、消費欲をかきたてるこうしたバラエティー番組は、メキシコの近代化を促進する政府の意向と分かちがたく結びついてきた。しかし、ネオリベラル政策の下、社会的格差がますます進行し、テレビ番組もまた商品として成功することが至上命題となりつつあった中で、子供向けの番組があまりにも娯楽の側面に傾いているとの批判が出てきた。これをうけて、Televisaの子供向け人気バラエティー”El Espacio de Tatiana”（1997-2001）のプロデューサー Miguel Angel Fox は、この番組は教育的効果を狙ったものではないし、またそれが放送されている Televisa のチャンネル（Canal 2, Canal de Estrella）もそうした使命を担わされたものではない、と明言しつつも、こうした多くの視聴者をもった番組の社会的責任と、子供たちが社会の中で身につけるべき価値の重要性を認識しているがゆえに、そうしたいわば道徳的なメッセージを番組の中に織り込んできたことを認めた（Carnaya 2001）<sup>10</sup>。こうしたコメントに、近代化の負の側面としての、消費主義の行き過ぎによる道徳の喪失に危機感をつのらせる視聴者、そして制作者側が、再びこの道徳的体系を示すのうってつけのプロットに登場を要請した理由の一端が伺えるのである。

## 結語

そもそも、テレビという媒体が資本主義の産物であることを考慮すれば、それを考察するには、消費主義文化の促進という文脈の中におくことが必要である。特定のイデオロギーから自由な、無色透明な伝達手段としてではなく、資本主義生産システム、そしてそれと利害を共有している政府、国家に利益をもたらすために、人々の欲望と空想を掻き立てる社会装置としてこの媒体を見るべきなのであ

る。その上で、個々の社会（ネーション）の歴史的文脈に目を向けて、はじめてそれが伝達する情報を分析することが可能となる。こうした視点から、40年代、90年代、そして21世紀の各時代から、表面上は全く異なったように見えるが、その実、メロドラマ的表現に基づいている点では共通している三つの作品を取り上げ、読み解いてみた。メキシコ革命以後のナショナリズムは、ふたつの側面、あるいは言説によって構成されてきた。一方が、近代、進歩、工業化、都市生活といった事柄と関連しているのに対して、他方は、伝統、保守主義、農村生活、カトリック宗教に関するものである。三つの異なった時代に制作された作品から明らかになるのは、40年代においては、前者の側面が目指すべきものとして提示されていたのに対して、90年代からの作品では、こうした「伝統」と「近代」が必ずしも裁然と、克服すべき過去とありうべき未来という形で示されていないということである。グローバリゼーションとネオリベラル政策の中に生きるこのわれわれの時代においては、革命後の価値顛倒の時代と同じく、ナショナルなるものに関わる新しい道徳的価値基準が模索されているのである。

---

1) ラテンアメリカにおける映画と近代に関しては、López (2000)、メキシコのナショナリズムと映画の連携に関しては、Dever (2003)、Fein (2001)、Franco (1989) を参照。

2) 無論、制作者側のエリートたち、サバルタンたちとも、均質で一枚岩的な集団でないことは当然であるし、彼らの中間に位置する、いわば中流階級の人々の存在も無視できないことは理解しているが、この論考の主旨である、視聴覚媒体を介した権力構造を明確にするという目的のためには、筆者がこれまでフィールドワークを通して関わってきたサバルタン層、いわば近代国民国家の中で政治的経済的に疎外されてきた人々と、エリート

- 層との区分、対照は適切であると考え。
- 3) 例えば、オスカー・ルイスによるメキシコの都市下層の一家族を取り上げた研究では (Lewis 1961), こうした大衆文化が墮落の原因であるとする記述が、繰り返し現われる。
  - 4) アメリカのコミックが文化帝国主義の先兵として批判された。(Dorfman y Mattelart 1984)
  - 5) その代表的な例は、フィスク (Fiske 1987) である。
  - 6) 例えば, González (1993) を参照。
  - 7) 制度的革命党 (PRI) の歴史は、その前身である、1929年に結成された国民革命党 (PNR) にまで遡ることができる。その後、私兵を有する地方の有力者たち (caudillo) から公務員、労働者、農民組織までもを包括する、ゆるやかな連合組織であったこの国民革命党は、1932年の改編によってメキシコ革命党 (PRM) となり、1946年には現在の制度的革命党 (PRI) へと改組された。
  - 8) Televisa は4つのチャンネルを持ち、メキシコ全土では372の放送局を所有している。
  - 9) 首都圏では Televisa の2, 4, 5, 9チャンネル, TVAzteca の7と13, 国立工科大学の11, 同じく官営の22チャンネルがある。
  - 10) 通常、この時間枠を利用して放送されるのは、20秒から30秒の政府広報である。尚、1960年制定のラジオテレビ連邦法 (La Ley Federal de Radio y Televisión) によれば、放送業は政府の許可制であるが、その一方で、こうした許可の是非を問うたり、基準を明確化させるための諮問機関は存在しない。このことは、政府が恣意的に放送の内容や編成に関して圧力をかけ、介入できるということの意味している。
  - 11) 尤も、この民間調査会社 IBOPE-AGB による数字は、メキシコの人口上位27の都市における、およそ4000万人のみを対象にして得られたものであり、またその中でも社会経済的に最も恵まれない層はこうした調査に反映されない (González Jordán y Gurrea 2001)。
  - 12) Cuidado con el ángel は1959年6月から午前10時の時間帯に放送された。また、同局の第2チャンネルでも、1960年4月から現在言うところのテレノベラの放送が始まったが、テレノベラというネーミングは第4チャンネルに限定されていたため、この午前10時半の時間帯のドラマ (La casa del odio) は La comedia Colgate, ま

- た夕方5時半の時間枠は La comedia humana とバルザックにあやかって命名された。この時間枠では実際、エミール・ゾラ (Teresa Raquín) やバルザック (La piel de zapa) といった、メロドラマの先駆者たちの作品が、ドラマ化された。
- 13) この peladita は pelado, すなわち都市下層階級の最底辺を構成し、経済的文化的資源の欠如でもって特徴づけられる、社会に恨みをもった男性を表す言葉の女性縮小辞形である。
  - 14) 番組の主演であり進行役であるタティアーナの踊りと歌の合間には、はっきりなしに、予め録画されたのではない、直接出演者が商品を紹介する形式のコマーシャルが挿入される。このコメントは、こうしたあからさまな消費主義を全面に押し出した番組の基本的なスタンスとは矛盾するように思える。

Anderson, Benedict

- 1991 *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*, 2nd ed. London: Verso.

Brooks, Peter

- 1976 *The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess*. New Haven: Yale University Press. メロドラマ的想像力, 四方田犬彦, 木村慧子訳, 東京: 産業図書 (2002)

Carnaya, Mara

- 2001 “La tele y los niños: Critican los estudiosos. Se defienden los productores”. *Etcétera* (febrero 2001)

Dever, Susan

- 2003 *Celluloid Nationalism and Other Melodramas: From Post-Revolutionary Mexico to fin de siglo Mexamérica*. New York: State University of New York Press.

Dorfman, Ariel y Armand Mattelart

- 1984 Para leer al Pato Donald. ドナルド・ダックを読む, 山崎カヲル訳, 東京: 晶文社

Fiske, John

- 1987 *Television Culture*. New York: Routledge.

Fein, Seth

- 2001 “Myths of Cultural Imperialism and Nationalism in Golden Age Mexican

- Cinema.” en *Fragments of a Golden Age: The Politics of Culture in Mexico Since 1940*. eds. por Gilbert Joseph, Anne Rubenstein y Eric Zolov. Durham: Duke University Press, pp.159-198.
- Franco, Jean  
1989 *Plotting Women: Gender and Representation in Mexico*. New York: Columbia University Press.
- González, Jorge A.  
1993 “La cofradía de las emociones (in) terminables: Construir las telenovelas mexicanas.” en *El espectáculo de la pasión: Las telenovelas latinoamericanas*, comp. por Nora Mazziotti, Buenos Aires: Colihue, pp.63-110.
- González Jordán, Héctor y José Antonio Gurrea C.  
2001 “Para comprender los ratings.” *Etcétera* (Julio 2001).
- Lewis, Oscar  
1961 *The Children of Sánchez: Autobiography of a Mexican Family*. New York: Vintage.
- López, Ana M.  
2000 “A Train of Shadows: Early Cinema and Modernity in Latin America.” *Through the Kaleidoscope: The Experience of Modernity in Latin America*. eds. por Vivian Schelling. London; Verso, pp. 148-176.
- Monsiváis, Carlos  
2001 “Sociedad y cultura,” *Entre la guerra y la estabilidad política: El México de los 40*, ed. por Rafael Loyola. México: Grijalbo.
- Terán, Luis  
2000 *Crónica de la telenovela: Lágrimas de exportación*. México: Clío.