

【人文学】

研究論文

映画「万引き家族」の観客にとっての意味

上蘭 恒太郎*¹What the film *Shoplifters* means to it's Audience

KAMIZONO Kohtaro

Summary

Seventy-four audience living near Nagasaki City, 52.2% of whom were ladies in their 60's, saw *Shoplifters*, and change of their consciousness through the film was assessed by the association method. Their response words of the association to the film by five cue words reveal that they accepted it as a family story, considering their basic response words to all cue words 'ties', 'compassion', 'kindness', 'happiness' and 'love'. The film, which sends no direct message about 'peace' or 'recognition on oneself', brought impressions deep enough to significantly change of the concepts of the audience ($p < .05$) as to follows: (1) lying is not always bad, (2) peace needs, ties, happiness, calm, kindness, and love, (3) decreasing of negative reflections on themselves. Because of the concentrations to each family history of audience, the way of social and political solutions of problems in family relationships disappeared from the sphere of thought between them. And this paper concludes that there came up tetra nested structure of consciousness in the field of the film screening as a base of the deep impressions by the film.

キーワード：観客の意識に基づく映画評価，連想法，自己意識，平和意識

Keywords : audience-based assessment of a film, association method, self-consciousness, peace consciousness

目次

I はじめに

観客

この映画を観た観客構成

II 家族意識

III つながり意識の変化

IV うそ意識の変化

V 平和意識にまで影響が及んだ

VI 自己意識はどうなったか

VII 家族小説

註

主要文献

I はじめに

長崎県映画センター¹⁾は映画「万引き家族」の試写会を2019年4月に長崎市および諫早市(いずれも長崎県)でおこない、筆者が連想調査²⁾を、映画による観客の意識変容を知るために映画の直前と直後におこなった。連想調査に現れる映画の前の意識は日頃の、感情、考え、

*¹長崎総合科学大学 教職課程 教授

2021年10月18日受付

2021年11月21日受理

態度などを表し、映画後に現れる変容が映画の影響である。観客にとっての意味を映画後に個人々への記述式アンケートあるいは選択肢を選ぶ回答によって問うただけを知るのではなく、連想調査は、ある提示語、例えば〈家族〉や〈自分〉から思いつく（想起する）回答語によって、場にある集団の意識を捉える。連想調査は、ある概念〈提示語〉から思いつく言葉（回答語）を50秒でできるだけたくさん書いてもらい、観客全員の回答語を連想処理プログラムによって処理し、連想マップとして見るように（視覚化）し、連想マップの前後比較によって変容を明らかにし、観客全体にとっての映画またはイベントの意味の全体像を解明する。

映画の前と後で連想調査をおこなうと、提示語から想起された回答語が変化する。恋愛映画を観て優しい気持ちになると、優しい言葉が喚起される。この変化により、映画が観客にどう受け取られたかを見る。変化しなかったら、何の印象も与えなかったことになる—これはこれで難しい、退屈だった印象くらいは与える。

映画理論は多くの場合、観客を度外視して、私の映画論を語って事足りりとする。あるいは「大衆的な生活感情と知的な考え方感じ方との間にある喰い違い」（花田清輝，1981，p.129）と捉える。「大衆」と片付けるのが映画的思考らしい。C.メッツは「映画（シネマ）が新しく驚くべきものであった時代…エイゼンシュテイン等々の時代…あらゆる映画批評家が多少は理論的で、『映画学者』でもあった」が「今日では…映画について言うことは個々の映画（フィルム）の批評に尽きると考える人々もいる」（C.メッツ，2005，p.21）と言う。

多くの場合映画は、映画監督の意図や俳優それぞれの意図や感想の語りによって、また評論家の解説によって意味づけられる、今日でもそうらしい。それは制作者または訳知りの意味づけである。しかし、映画の意味を決めるのは、観客である。観客が「大衆」と呼ばれようと。観客がどう受け取ったかによって、映画の意味が決まる。映画を供給する側または見て欲しい側、評論家も見て欲しい側であろう、の意図によって決まるのではない。映画は、観客の観るところとなり、観客の意識に変化を及ぼして、つまり観客の意識変容によって、意味が語られるべきである。

C.メッツは、映画において「大衆」が生まれるのは映

画のもつ「現実感」のゆえであり、現実感「現実的な光景に直接に立ちあっているという感覚であり」、観客に現実と現実的な光景の間の「『融即』という、知覚にも感情にも関わる過程を始動させる」と言う。現実感「非現実的なものが現実化されたように見える」「心理学的なもの」（C.メッツ，2005，p.22-23）だと言う。しかるに、C.メッツが現象学を標榜するならば、彼は事態を心理学に解消せず、意識の現象学に、観客が映画からいかなる意味を受けとるかの意識現象に着目すべきであった。C.メッツは「融即」を映画の現実感と観客との間に見出したが、観客同士の間に発生する融即についても考慮すべきであった。C.メッツにおいてもなお、観客は、映画に対置される大衆に止まり、またバラバラの個人主義のうちに放置され、集合した観客の間に起こる融即した意識を分析する現象学に思い至らなかった。ここでは、融即を簡単に、共感と言っておきたい。融即の語感、溶け合う一体感のニュアンスにすぐれるが、その語感のまま、一般的表現を使いたい。

観客が映画館に行くのは、皆で一緒に観るためであり、コンサートにおいて隣は知らない人でも一緒に盛り上がりと同様に、誰かが思わず涙すると、涙の雰囲気全体に伝わって場がしっとりする、そこに映画を同じ場で観る意味がある、言い換えれば共感、あるいは場の振動、に意味がある。映画の意味を決めるのは、一人の観客でもなく、黙って帰る人を含めて場にいた全体としての観客であり、集合した観客の意識、観客同士の融即（共感）する意識である。上映中に観客から外れていると、雰囲気が動くのがわかる、涙のさざめきが伝わる。連想法は、観客全体の意識変容、いわば涙のさざめきを、観客が想起した言葉によって捉える。

観客

映画の観客について語るべきだろう。ジャック・オーモンは「映画（フィルム）と観客」の章の「映画（シネマ）の観客」で、観客の集団の属性による観客論を「基本的に“外在性”」だと、「考察から除外」（J.オーモン他，2007，p.273）して、個人へ飛躍する。これを飛躍と思わないのは、J.オーモンが西洋個人主義に思考基盤をおくからだ。彼は「個人的で、心理的で、美的な、一言で言えば主体的体験としての、映画（フィルム）に対する

観客の関係」(J.オーモン他, 2007, p.273)を論じる。西洋個人主義は、皮膚を限界とする個人のイメージゆえに、共通の場であって溶け合う観客の集会的意識を捉える視点を飛ばしている。

本論で取り上げるのは、J.オーモンが飛躍したところ、主体的体験を共有する観客である。映画の場の観客は、分断されてオンラインで一人ひとり映画を観る人ではなく、場の雰囲気や共有する。本論の観客は一つの場に集合している。

J.オーモンは「19世紀の後半から末にかけては、映画の発明と並んで新しい学問が登場した一実験心理学である」とライプチヒ大学のウィルヘルム・ヴントの名を挙げるところから話を始め、ゲシュタルト心理学を挙げるが、彼の思考は個人主義心理学の枠に止まり、W.ヴントから出発した連想心理学は意識にない。しかるに、本稿で扱う連想法は、ライプチヒ大学のW.ヴントの系譜を引いている。この系譜の説明は、上菌恒太郎, 2017, 95頁からの「3-1-III 実験心理学と深層心理における連想」に譲る。本論は、場を共有する観客の振動を集会的に捉える点で、意識分析として新しいと主張する。

J.オーモンは「映画形式に関わるすべての考察を支える究極的な規定として」、エイゼンシュテインが「常に考察の中心をなす、本質的なもの」に「映画がもたらす心理的な効果をコントロールすることができるという考えに興味を抱いていた」(J.オーモン他, 2007, pp.97-98)と言う。それなら、物語を使う道徳授業が子どもに及ぼす意識変容を連想法によって見る臨床の技法(上菌恒太郎, 2017)をエイゼンシュテインが知っていたら興味を抱いただろう。

マルク・ヴェルネは、映画の物語が展開する過程における観客の意識の「拡散や収斂」を重視する。それが、映画と共に心動かす、つまり映画を観る楽しみだろう。

「それらを経た末にようやく、私(M.ヴェルネー引用者註)がその一部始終を論理的に語れるような1つの物語が確定される」(いずれもJ.オーモン他, 2007, p.135)と言う。M.ヴェルネは、映画の展開過程と、結果として観客が受けとる意味とを分ける。ハラハラ・ドキドキしながら映画の展開過程を楽しんでも、わが身に引きつけて反省する映画の深さは別である。連想法が明らかにするのは、結果として観客に残された意識である。

この映画を観た観客構成

映画「万引き家族」を見た観客の属性、J.オーモンの言う外在性を、図1と図2に明らかにしておく。観客、つまり調査対象は、長崎市・諫早市の「万引き家族」試写会参加者74名である。諫早市は長崎市に近い北東部にあり、互いに通勤距離圏にある。長崎市の観客20名、諫早市の観客54名。観客の男女比は、男23.0%、女74.3%、なかでも60歳代の女性が多く、60歳代女性が全体の52.2%を占める。

したがって本稿は、長崎と近郊の60歳代の日本人女性の思いを主に表す。また、試写会の参加者は、本上映に向けて各種のグループなどに影響力を発揮していただけたような方々である。その分、自分以外のことに関われる安定した生活状態にあり、さまざまな活動を通じて地域や職場で影響力をもちうる人が観客の中心である。

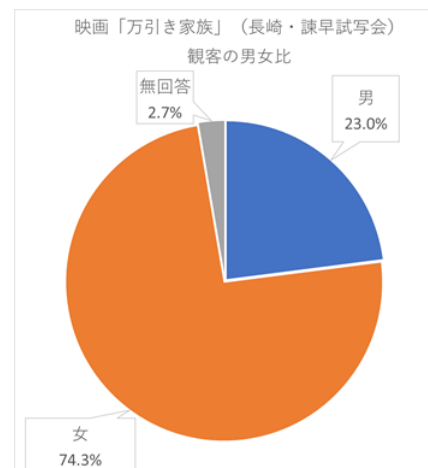


図1「万引き家族」を観た観客の男女構成

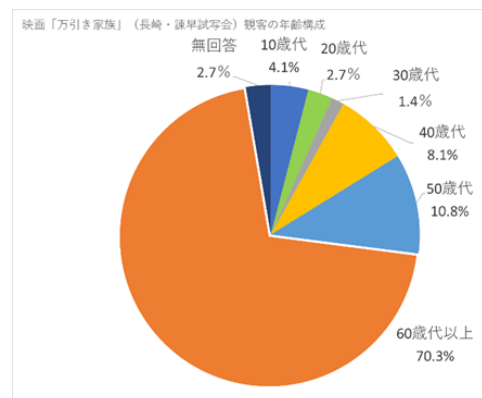


図2「万引き家族」を観た観客の年齢構成

表 1 提示語〈家族〉から映画を観る前に想起された上位およそ 1 割の回答語

| 回答語 | 回答者数比 |
|-------|-------|
| 子ども | 21.9% |
| 母 | 21.9% |
| 絆 | 21.9% |
| 父 | 20.5% |
| 食事 | 15.1% |
| 楽しい | 13.7% |
| 兄弟 | 13.7% |
| 大切 | 12.3% |
| 仲良し | 11.0% |
| 愛 | 9.6% |
| 温かい | 9.6% |
| 思いやり | 9.6% |
| 親 | 9.6% |
| 祖母 | 9.6% |
| (以下略) | |

中心に寄るように、連想プログラムで設計されている³⁾。

読み取り難いが一番外にある回答語は、1 人 1 語の回答語である。連想マップの上に連想諸量の値、回答語種数、回答語総数、言葉の散らばり具合を数値で表したエントロピ（大きい方が散らばっている）、各回答語の小さい赤い円の面積の総和である連想量総和を示してある。

図 3 の連想マップで比較的中心部に位置する、観客の意識のおよそ 1 割を占める想起を多い順に表 1 に示した。

表 1 を見ると「子ども (21.9%、回答者数比百分率、以下同様)」「母 (21.9%)」が最多で図 3 の左右に並び、人物としては「父 (20.5%)」「兄弟 (13.3%)」「親 (9.6%)」「祖母 (9.6%)」という家族構成が観客の意識に見える。この場合の母の想起は、自分が母なのか、自分の母なのか、判別しがたい。人物の関係は、「絆 (21.9%)」のある、「食事 (15.1%)」を囲む間柄であり、「楽しい (13.7%)」「大切 (12.3%)」「仲良し (11.0%)」「愛 (9.6%)」「温かい (9.6%)」「思いやり (9.6%)」のある関係である。健全だ。

日本漢字能力検定協会の発表によると⁴⁾、2011 年を表す漢字として「絆 (きずな)」が最も多くの応募数で、応募全体の 12.36%だったという。3.11 東日本大震災以後、また、なでしこジャパンを通じて広がったこの言葉は、2019 年には、家族関係を表現する言葉として意識に根を下ろしている。

うがった見方をすると、是枝裕和監督はこうしたぬる

ま湯の世相を問い直したかったのかもしれない。この平穏な家族意識を、映画はどう揺らしたのか。

映画を観た後の〈家族〉意識である図 4 を見ると、「絆 (27.0%)」「つながり (24.3%)」の方向に意識が動かされ、この 2 語が全体の想起の中心に位置づくに至った。家族とは、絆であり、つながりである。

意識の中心が映画の前後で入れ替わったばかりではない。想起した映画を観る前の回答語種のうち 130 語 62.2%が消失し、163 語 67.4%の新しい言葉で、観客は家族を考えるようになった。思いの中心軸の入れ替わり、6 割を超える想起の入れ替わりは、映画が観客に大きなインパクトを与えたことを示す。

意識の向かった方向は、絆、つながり、である。映画を観た後で想起された新出の回答語を並べると「心のつながり (4.1%、回答者数比百分率、以下同様)」、「いろいろ (2.7%)」「偽り (2.7%)」「難しい (2.7%)」「悲しみ (2.7%)」、「映画のような幸せもありだと考えさせられる (1.4%)」「映画の中のようなものではない (1.4%)」「家族のつながりって何だろう (1.4%)」「血のつながりだけではない (1.4%)」と、観客の葛藤が 2 語または 1 語の回答に見える。

映画後に減少した〈家族〉の回答語を表 2 左で見ると、表 1 の〈家族〉からの上位回答語が軒並み減少している。

〈家族〉の関係者である「子ども」や「母」や「父」が減少し、「両親」は消失し、「仲良し」の「楽しい」家族像は、是枝裕和監督によって軒並み破壊されてしまった。ほとんど唯一増加した言葉が表 2 右の「絆」(回答者数比 4.8%増加して 23.8%に)であり、関連する「つながり」(14.3%増加して 21.4%に)である。監督のしかけたぬるま湯崩しは成功し、残ったのは「絆」「つながり」—それだけが家族というものだろうと我が意を得たりの監督の顔が見えないだろうか。回答語の品詞の変化にも注目したい。「温かい」との形容詞が減少して、「暖かさ」という名詞に変化したように、「優しい」は「優しさ」になった。家族一緒だと云々だ (温かい) よねと自分の実体家族についての答える姿勢から、家族とは何か考えなさいと問われて、「優しさ」です、「暖かさ」です、と答えたように受け取れる。家族は「心」の問題であり、すると自分の実体家族からは浮かび上ら

表2 提示語〈家族〉による映画前後の回答語の変化

(左：映画を観る前の回答語のうち減少・消失，右：映画を観た後の増加・新出，3語以上)

| 2019年「万引き家族」上映前 | | | | 上映後 | | | | 増加 | 減少 | | |
|-----------------|----|--------|----|-----|-------|-------------|----|--------|----|-----|------|
| 提示語〈家族〉 | | | | 回答差 | 回答差 | | | | | 消失 | 新出 |
| 回答語 | 語数 | 回答者数比% | | 実人数 | 人数% | 回答語 | 語数 | 回答者数比% | | 実人数 | 人数% |
| 子ども | 16 | 21.9% | 減少 | -8 | -11.0 | つながり | 18 | 21.4% | 増加 | 12 | 14.3 |
| 食事 | 11 | 15.1% | 減少 | -8 | -11.0 | 愛情 | 8 | 9.5% | 増加 | 7 | 8.3 |
| 仲良し | 8 | 11.0% | 消失 | -8 | -11.0 | 絆 | 20 | 23.8% | 増加 | 4 | 4.8 |
| 母 | 16 | 21.9% | 減少 | -7 | -9.6 | 血縁 | 6 | 7.1% | 増加 | 4 | 4.8 |
| 父 | 15 | 20.5% | 減少 | -6 | -8.2 | 優しさ | 6 | 7.1% | 増加 | 3 | 3.6 |
| 楽しい | 10 | 13.7% | 減少 | -6 | -8.2 | 温かさ | 4 | 4.8% | 増加 | 3 | 3.6 |
| 兄弟 | 10 | 13.7% | 減少 | -6 | -8.2 | 心 | 4 | 4.8% | 増加 | 3 | 3.6 |
| 旅行 | 6 | 8.2% | 減少 | -5 | -6.9 | 心のつながり | 3 | 3.6% | 新出 | 3 | 3.6 |
| 優しい | 5 | 6.8% | 消失 | -5 | -6.9 | (3語の差以下は省略) | | | | | |
| 大切 | 9 | 12.3% | 減少 | -4 | -5.5 | | | | | | |
| ケンカ | 5 | 6.8% | 減少 | -4 | -5.5 | | | | | | |
| 両親 | 4 | 5.5% | 消失 | -4 | -5.5 | | | | | | |
| 温かい | 7 | 9.6% | 減少 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| 親 | 7 | 9.6% | 減少 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| 祖父 | 6 | 8.2% | 減少 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| 団らん | 6 | 8.2% | 減少 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| 妹 | 5 | 6.8% | 減少 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| 仕事 | 4 | 5.5% | 減少 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| 姉妹 | 4 | 5.5% | 減少 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| 夫 | 4 | 5.5% | 減少 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| 親戚 | 3 | 4.1% | 消失 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| 病気 | 3 | 4.1% | 消失 | -3 | -4.1 | | | | | | |
| (3語の差以下は省略) | | | | | | | | | | | |

から7.38に0.32増えている，この増加は小さくない。映画を観る前より，観客の考えが散らばっている。その一方で想起の量全体としては，連想量総和が27.07から，25.18に1.89減少している。想起の総量は減った。映画後に言葉を求められて，屈折ゆえに思うことの総量は減少した，と同時に，思い乱れた言葉の多様性ゆえにエントロピ，言葉の散らばり，は膨らんだ。「万引き家族」が，観客の心の〈家族〉像をねじった結果である。

言葉が出にくくなり乱れ散った様子は，この映画が，観客の思いを一方向へといざない，観客の合意をつくり出す類似ではなかったことを示す。この映画は一方向へと観客の思いを乗せていく，いわば新幹線に乗った心地よさではなかった，あるいはアジテーション映画ではなかった。観客は，従前の思いをかき乱され，新たに言葉を探して，考えざるを得なかった。

観客の意識にねじれを引き起こす様相は，この後に示す提示語〈つながり〉〈うそ〉〈平和〉〈自分〉の変化にも現れる。

Ⅲ つながり意識の変化

家族意識が向かった方向である〈つながり〉を，観客はどう考えたのだろうか。提示語〈つながり〉について映画の前と後の意識を見る。

そもそも映画を観る前，〈つながり〉は何より「家族(44.4%)」「子ども(12.5%)」との関係であり，「友人(23.6%)」「友達(22.2%)」「仲間(12.5%)」，「地域(16.7%)」「親戚(13.9%)」へと広がる，「大切(12.5%)」なものだった。

この，家族や友人とのつながり意識は，映画を観ても変化しない。それでも，〈つながり〉に関する回答語総数が映画を観る前の433語から，375語に58語，13.4%減り，回答語種数が218語から，217語に1語減ってほとんど変わらず，連想量総和は26.78から，24.64に2.14減少するが，エントロピは7.04から，7.20に0.16増加する。この連想諸量の変化は〈家族〉の映画前後の変化と同じ様相である。

減ったのは〈つながり〉の対象，「友達(18.1%減少)」「友人(7.0%減少)」「仲間(7.0%減少)」「親戚(13.9%減少)」「地域(9.7%減少)」「家族(8.3%減少)」「子ども(7.0%減少)」「学校(7.0%減少)」

などが減り、「心 (4.1%増加)」「安心 (4.1%増加)」「人と人 (4.1%増加)」「血 (4.1%増加)」「言葉 (4.1%増加)」「愛 (4.1%, 新出)」「愛情 (4.1%, 新出)」「暖かさ (4.1%, 新出)」など〈つながり〉の内実が増え、新たに出現した。なかでも〈つながり〉に、「お金 (2.7%, 新出)」「お金でつながらない (1.4%, 新出)」と金次第の考えが加わり、さらに問い深める言葉「いろんな形 (1.4%, 新出)」「きつい (1.4%, 新出)」「嘘をつかないでつながる (1.4%, 新出)」「偽

りの愛 (1.4%, 新出)」「血縁でなくても (1.4%, 新出)」「真の友情とは (1.4%, 新出)」「平和を求めたい (1.4%, 新出)」が表れる。

地獄の沙汰も金次第と日本語でいうが、家族のつながりも金次第とは口に出さない。小学校高学年の道徳授業で、お父さんが株で失敗してお金がない、との子どもの発表を中華人民共和国は上海で聞いた。子どもの前で家族でお金の話をしている、それを同級生や先生の前で発

連想マップ(Association Map)

2019年「万引き家族」統合上映前A

Cue Word: <うそ>

Module Version 5.01

回答者数:72名, 回答語種数:214種類, 回答語総数:328語, エントロピー:7.37, 連想量総和:23.59

| カテゴリ | 回答語数 | 回答者数比% |
|------|------|--------|
| 否定的 | 169 | 234.7 |
| 他 | 108 | 150.0 |
| 肯定的 | 33 | 45.8 |
| 政治 | 18 | 25.0 |

は映画の後に減少した回答語
 は映画の後に消失した回答語
 (うそ)から想起した映画前の言葉の62.1%が上映後に消失

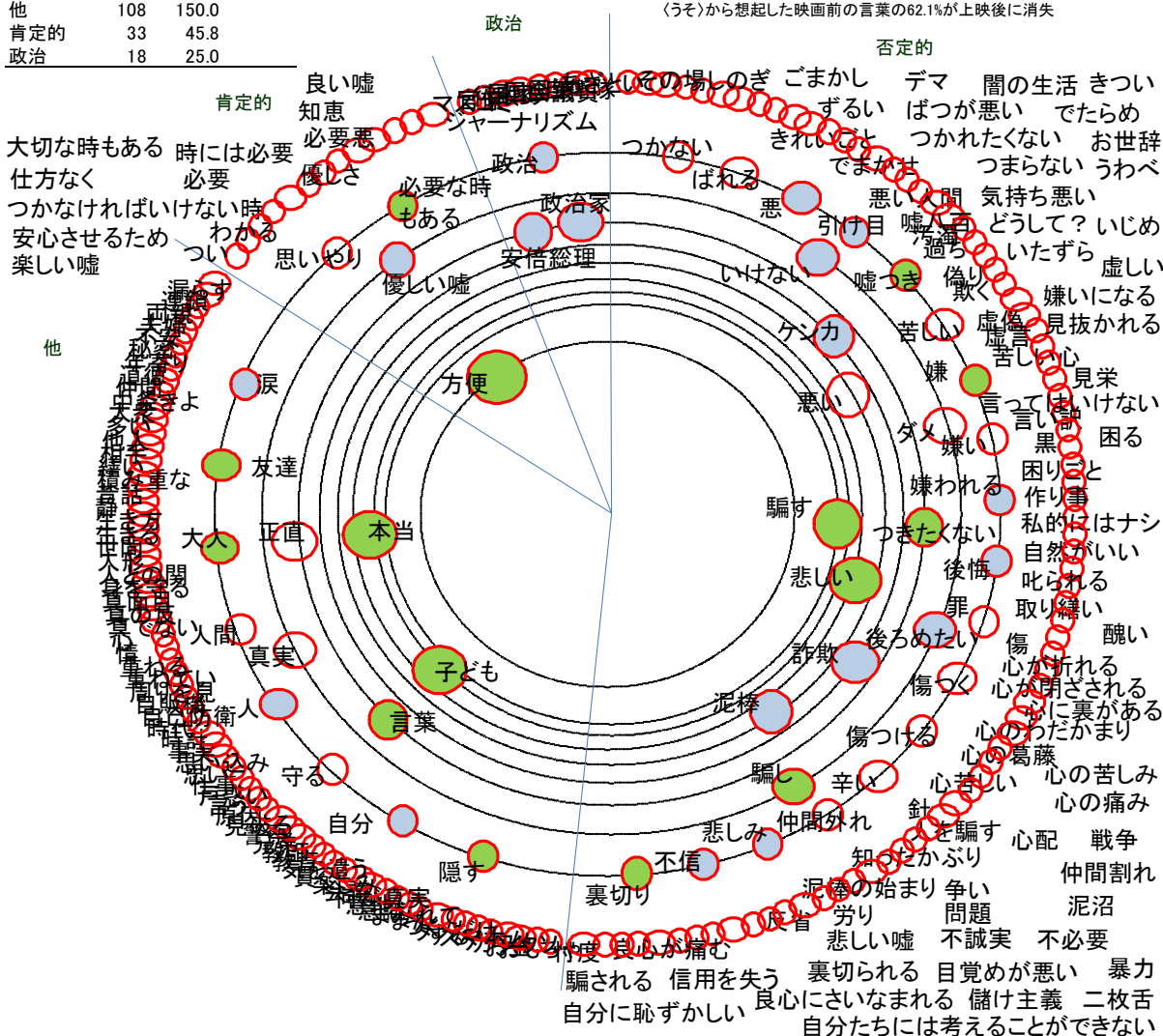


図5 提示語「うそ」について、映画を観る前の観客の意識

表するのは印象深かった。中華人民共和国や台湾そして沖縄では、死者におもちゃのお金を燃やして持たせる習俗があり、この習俗を長崎市では旧正月に見る。しかし長崎市民の意識に、死者に金を持たせる意識は薄い。

映画は、金次第の家族のつながりを意識化させている。金次第を含む多様な家族の〈つながり〉の内実の意識化は、エントロピーの増加として現れる。提示語〈つながり〉の映画前後の図は中心部が変わるような大きな変化はなく、前後の連想マップを並べても変化は見えにくいので省くが、映画を観る前の回答語の 66.1%が消失し、65.9%の新しい言葉で考えることになった言葉の入れ替わりの大きさは〈家族〉の場合と同様である。変化は、観客の思想圏のあちこちに、家族や友人との平穏なつながり意識のあちこちに、ひび割れのように映画後に広がっている。

IV うそ意識の変化

家族や友人との平穏なつながりと、万引き家族の違いは、〈うそ〉の上に成り立った関係かどうかである、何がうそかはともかく、いずれも変転し空(くう)であると言えるのだが。映画が見せたいうそでつながる家族の現実感を、是枝裕和監督の軍門に降って首肯するのか、うそのない平穏なつながりの家族に固執するか、観客は葛藤し、〈うそ〉をめぐる地滑りを起こしている。

提示語〈うそ〉の、映画を観る前の連想マップ図 5 は、うそに《肯定的》か《否定的》か、回答語をカテゴリに分けた。うそというと《政治》を想起する意識が出現したので、カテゴリに加えた。

映画の前、〈うそ〉には多くが否定的だろうと思ったが、そうだった。回答語の 51.5% (回答語数比百分率) がうそに否定的だった。その様子は図 5 のカテゴリ《否定的》が連想マップの右半分以上を占める様相に現れている。やはり、〈うそ〉は映画の前「騙す (12.5%, 回答者数比百分率)」ことで、「悲しい」「悪い」「泥棒」「ケンカ」「詐欺」「つきたくない」ことだった (表 3)。

図 5、表 3 を見ると、「うそも方便」という言い習わしが、連想において反射的に多く想起され、回答語のトップだった。反射的想起の多さは連想の性質による、つまり、皆がうそも方便だから構わないとちゃんと考えて主張しているというより、連想において、言い習わしや反

表 3 提示語〈うそ〉から映画を観る前に想起された回答者数比 5%以上の回答語

| 回答語 | 回答者数比% |
|----------|--------|
| 方便 | 18.1% |
| 騙す | 12.5% |
| 子ども | 11.1% |
| 本当 | 11.1% |
| 悲しい | 9.7% |
| 悪い | 8.3% |
| 泥棒 | 8.3% |
| ケンカ | 6.9% |
| 詐欺 | 6.9% |
| つきたくない | 5.6% |
| 安倍総理 | 5.6% |
| 言葉 | 5.6% |
| 政治家 | 5.6% |
| 正直 | 5.6% |
| (5% 以下略) | |

対語は少ない労力で思い出すので、ひょいと書きやすい、自分の意識をふり返って言葉を取り出す手間がない。

〈うそ〉からは「方便」のほか、反対表現「本当」「正直」も容易に想起される。うそも方便との世間のいい習わしが是枝裕和監督を支持するよう見えても、観客が映画を観る前から監督支持を表明したわけではない。

「子ども」は〈家族〉からの最多回答語であったが、〈うそ〉からも想起される。「子ども」との関係で〈うそ〉を考えることが日常にあるのだろう、親の台詞の一つは子どもに対する「うそをついてはいけません」だろう。60 歳代の女性の意識に日常に「子ども」あるいは子どもとの関係があると思わせる。

そのほか〈うそ〉となると、やはりというべきか、「安倍総理」や「政治家」が浮上する (図 5、表 3)。2019 年 7 月の第 25 回参議院議員通常選挙で自民党は 9 議席減、非改選の議席を含めても単独過半数を維持できなかった結果は、4 月の本調査の〈うそ〉意識にすでに現れていたのかもしれない。

ところが映画「万引き家族」に引き込まれてしまうと、映画の後には「安倍総理」や「政治家」は消失した。「泥棒 (消失)」「ケンカ (消失)」や「詐欺 (消失)」と並んで消え、「騙す (8.3%減少)」も「子ども (8.3%減少)」も「方便 (7.0%減少)」も減少した。観客が現世から離れて、映画の世界に引き込まれた様子が見てとれる。その引き込まれ方は相当なもので、映画を

観る前の〈うそ〉についての言葉の 62.1%が消失し、71.2%の新しい回答語が映画の後に頭の中をよぎるようになる。カテゴリ《政治》に残ったのは 3 語、「権力 (1.4%)」「国家 (1.4%)」「拉致 (1.4%)」である。

考えてみるとこれは、この映画の限界ではないか。「万引き家族」が扱ったのは、社会に横たわる課題であり、例えば児童福祉が制度として関わるべきだ。すると、そこに政治として考えるべき課題がある。この課題は、

映画のシナリオと俳優の演技力で巧妙に展開された個人的なうそのつながりの私小説に解消されるべきではなく、われわれの社会のあり方が論議されていいはずだ。社会の課題をとりあげながら、うその個人的つながりに引き込んで終わった映画に作品としての力があつた、と〈うそ〉の連想調査結果から言える。しかしその先、では、社会の一員としてわれわれはどう関わるべきかへと、映画は観客の考えを進めさせなかった。それは映画の自己限定であるが、映画に引き込んで映画の自己限定に観客

連想マップ(Association Map)
2019年「万引き家族」統合上映後A

Cue Word : 〈うそ〉

Module Version 5.01

回答者数:74 名, 回答語種数:219 種類, 回答語総数:310 語, エントロピ:7.50, 連想量総和:22.74

| カテゴリ | 回答語数 | 回答者数 | 数% |
|------|------|-------|----|
| 他 | 113 | 152.7 | |
| 否定的 | 106 | 143.2 | |
| 肯定的 | 88 | 118.9 | |
| 政治 | 3 | 4.1 | |

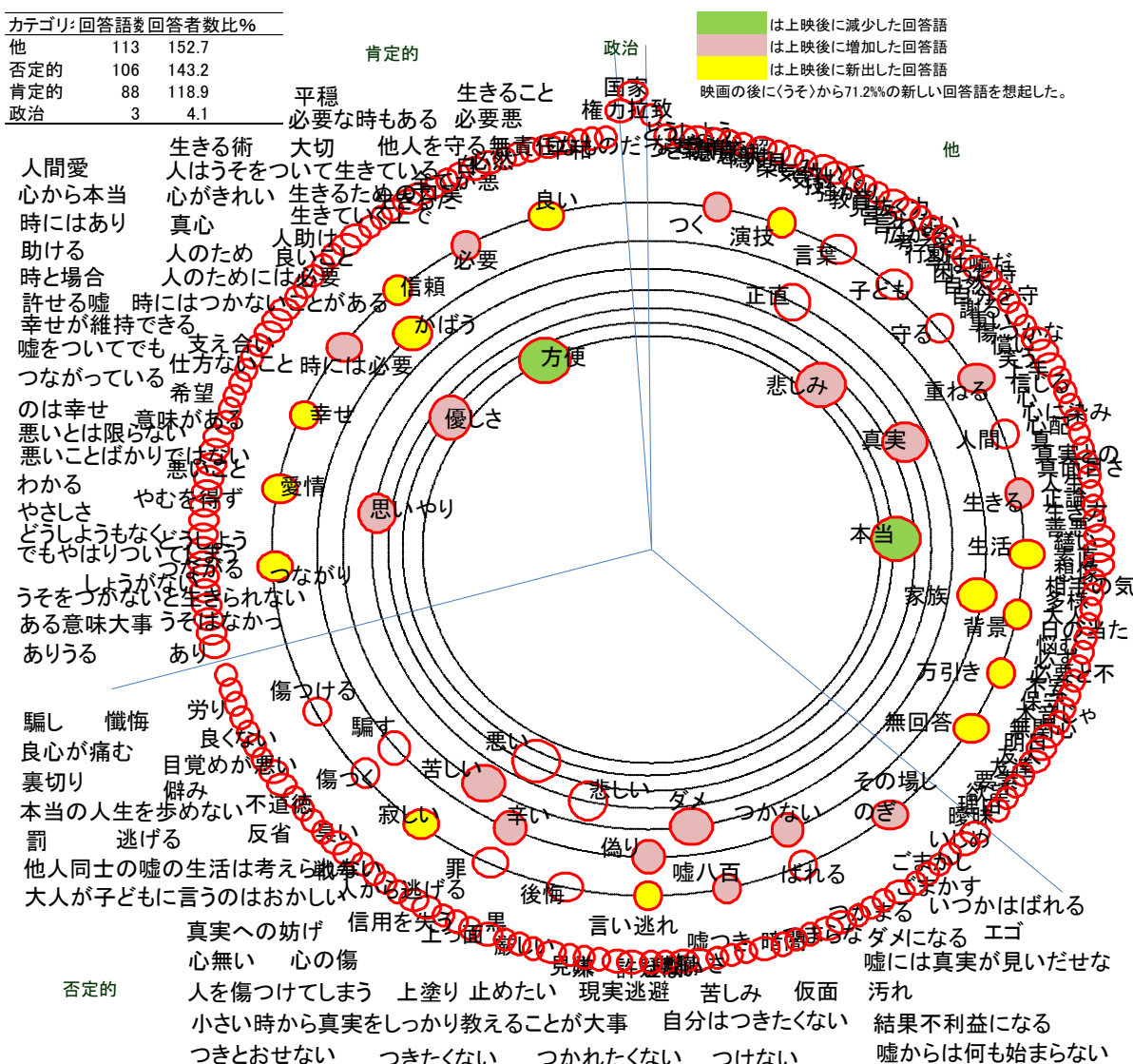


図 6 提示語〈うそ〉について、映画を観た後の観客の意識

の意識を限定した点に、映画「万引き家族」の限界がある。その限界は、《政治》に関わる言葉を吹き飛ばして終わったところに表れており、その責任は、1つは映画の自己限定に、もう1つは安倍総理や政治家が吹き飛ばぶばかりで、提起された課題を解決できると思わせる力のなさにある。《政治》は、観客に、映画が摘出した課題についてわれわれの協同社会においては解決する途があるのだよ監督さん、との思いを抱かせなかったほど、軽かった。是枝裕和監督が突きつけたのは、描かれた社会課題以上のものであろう。つまり、映画が提出したのは、観客が日常に構成している私小説でしかないつながり、私小説への引きこもりという課題ではなかったか。引きこもりを突いたのではないとすれば、是枝裕和監督と観客とは、日本の伝統的な私小説世界へと引っ込んで、公共的な共同体への意識を消失させたのではないか。

軽く吹き飛んだ《政治》は、うそもありだと、観客の意識全体をひっくり返すには至らなかったが、政治による社会制度の感覚上の軽さを語っている。吹き飛ばした《政治》の軽さによって、実は、映画制作者も観客も共に社会課題を解決する道への思考を消失させた。

付け加える。2019年翌年に同じくカンヌ国際映画祭パルム・ドールを受賞した「パラサイト 半地下の家族」は、半地下の表現で社会階層問題を表している、もっとも寄生蟲（寄生虫）は、肉体への寄生と社会的寄生を意味しうるが、寄生蟲の訳として「パラサイト 半地下の家族」は意味内容を説明して表現したい翻訳であるが、そして同じく家族を単位とした映画であるが、地下、半地下、丘の上の社会階層間にある、うそ、を取り上げる。この映画の問題の扱いは、都市構造と社会問題との解決の方向を見させる。この映画に比べると、社会問題を見えなくした「万引き家族」は、観客の意識の動きからすると、日本的な私小説の限界内に止まった。つまり、社会問題の政治による解決から観客の意識を引き離れた。その点が、第92回アカデミー賞で外国語作品としては初めての作品賞を含めて最多4部門を受賞することになった「パラサイト 半地下の家族」の評価との違いだと思う。

もっとも、映画「万引き家族」は、個人を枠とする旧来の私小説からは踏み出しており、家族として集合する

場のつながりを扱っている。その点で個人の私小説の枠に止まらず、集団を扱い、社会という場において話を展開する。言い換えれば、映画は「万引き家族」を社会に埋め込もうとした。描き方としてそうだ。しかし、観客の意識において、自分と家族が近く、社会とは遠い関係にあるとき、家族が私小説の世界に引きこもれば、われわれの社会において解決されるべき課題は意識化されなかったのだろう。描写として映画「万引き家族」は、花火の見えない半地下に類似した谷間にある住居構造、あるいは花火を見に出かけられない家族の社会的半地下構造を描いたが、このカメラワークやエピソードによって、社会の構造による課題として受け止める観客はいなかった、または、映画は観客を社会の課題解決へと誘う描き方をしなかった。うそによって覆われた「万引き家族」の崩壊後、うそではない家族に、観客が暮らす日常社会に戻された幼女「ゆり」こと「りん」を誰が救うのか、この映画の限界であろう。その限界を説明して、映画の後に残されたわだかまりが観客の意識を日常社会へとつなぐ、と言うことはできる。さらに、映画というフィクションに拠って日常家族のあり方に問題提起をしたのだと、映画制作上の意図を語って、映画は終わることはできる。映画としては終わっても、表現の自由ゆえに責任を問われないが、現実にいるであろう「ゆり」こと「りん」を誰が救うのか、問いは投げ出されたままである。

提示語〈うそ〉から増えた回答語は「優しさ（8.1%増加、回答者数比百分率、以下同様）」「悲しみ（6.8%増加）」「思いやり（6.8%増加）」といった観客個人の思いであり、新出の言葉として「かばう（4.1%）」「家族（4.1%）」が登場する。回答語数全体の71.2%を新しい言葉で語るまでに観客を映画の意識の枠に引き込むとは、是枝裕和監督は映画制作者として祝杯を挙げていい。しかし、映画「万引き家族」を見た後の観客の〈うそ〉についての意識をカテゴリマップ図6で見ると、公共社会の課題へと向かう意識は喚起されていない。映画の後の新出の回答語に「今は嘘だらけの世の中かも（1.4%、新出）」との述懐はあるが、心の問題に止まり、「心がきれい（1.4%、新出、以下いずれも同じ割合で新出、図6の最外周）」「心から本当」「心に染みる」「心の傷」、人とのつながり「人から逃げる」「人のため」「人のためには必要」「人はうそについて生きているかも」「人

表 4 映画を観る前と後で〈うそ〉について
《肯定的》か《否定的》かの変容

| 「万引き家族」を観る前と後の〈うそ〉に関する意識変化 | | | | |
|----------------------------|---------|-----|---------|-----|
| カテゴリ名 | 映画前回答語数 | 有意差 | 映画後回答語数 | 有意差 |
| 肯定的 | 33 | ▽ | 88 | ▲ |
| 否定的 | 169 | ▲ | 106 | ▽ |
| 政治 | 18 | ▲ | 3 | ▽ |
| 他 | 108 | | 113 | |
| (▲有意に多い,▽有意に少ない,p<.01) | | | | |

を傷つけてしまう」のだが、「生きていく上で」「生きること」「生きるため」「生きるための口実」「生きる術」と次第に〈うそ〉肯定に傾き、「つきとおせない」「つき続ける」「つけない」「でもやはりついてしまう」と葛藤しながら、「つながるため」「どうしようもない」「どうしようもない時」「どうしようもなく」「なぜつかなければならないか」、そして「プライド」「やさしさ」「やむを得ずつく」そうした〈うそ〉は「わかる」「悪いことではない」「悪いことばかりではない」「悪いとは限らない」し、「人間愛」「人助け」「愛情で解消」する、そして「幸せが維持できることもある」「嘘をついてもつながっているのは幸せ」という、個人の心情世界が、観客によって次々と想起される。

〈うそ〉は「方便 (7.0%減少して 10.8%)」のほか、映画を観る前からすると過激とも見える肯定論がうまれている (図 6 左上)。〈うそ〉は「優しさ (8.1%増加して 9.5%)」「思いやり (4.1%増加して 6.8%)」(小豆色)であり、「かばう (4.1%, 新出)」「つながり (2.7%, 新出)」「愛情 (2.7%, 新出)」「幸せ (2.7%, 新出)」「信頼 (2.7%, 新出)」「良い (2.7%, 新出)」と言う。図 6 作成にあたって「悲しみ (6.8%増加して 9.5%)」はうその受容を含むが、うそに否定的でもあるため、《肯定的》カテゴリに含めなかった。その結果、〈うそ〉に《肯定的》な回答語は、映画を観る前の回答語数の 10.1%から大きく増えて 28.4%に達した。そして想起された回答語を見ると、いずれも心情の言葉である。映画「万引き家族」が展開し、観客が浸ったのは私小説の心情世界であった。

こうして〈うそ〉に《否定的》な意識は映画の前の 51.5%から大きく減少し、回答語数全体の 34.2%になった。映画に侵食されてずいぶん減ったものだ。うそ否定論は、「悪い (8.1%)」「悲しい (6.8%)」との意識が変わら

ず残るが、全体として減少した。とはいえ、うそ否定論者は抵抗を続ける。「嘘からは何も始まらない (1.4%, 新出, 以下いずれも新出で同じ割合)」「嘘には真実が見いだせない」「人を傷つけてしまう」「つきとおせない」「ダメになる」「他人同士のうその生活は考えられない」「大人が子どもに言うのはおかしい」、自分だけは「自分はつかれたくない」「自分はつきたくない」(図 6 下方)。そしてむしろ、うそへの抵抗を強くする。「苦しい (2.7%増加, 回答者数比 5.4%に)」「偽り (2.7%増加, 回答者数比 4.1%に)」「ダメ (1.4%増加, 回答者数比 5.4%に)」「つかない (1.4%増加, 回答者数比 4.1%に)」「辛い (1.4%増加, 回答者数比 4.1%に)」。

観客一人ひとりの思いの中でも肯定と否定は交錯し、さまざまな新しい言葉で考えて、エントロピは 0.13 増加、一人ひとりが多くの回答語を書いているため《肯定的》な言葉が回答者数比にすると 118.9%、《否定的》が 143.2%、全体としてはうそに《否定的》な意識が《肯定的》よりも回答者数比で 24.3%多い。全体としては、うそを否定する健全さが保たれている。

この〈うそ〉に《肯定的》か《否定的》かの量的変化には、統計上の有意差 (p<.01) がある (表 4)。《政治》カテゴリの吹き飛びにも、出現数としては少ないとはいえ、統計上の有意差 (p<.01) が認められる (表 4)。つまり映画「万引き家族」は、観客の〈うそ〉意識に有意な変化を引き起こすインパクトがあった、しかし観客の意識全体が〈うそ〉肯定へと逆転したわけではない。

V 平和意識にまで影響が及んだ

調査全体を統制するために、あまり変化しないであろう提示語〈平和〉を用意してあった。〈平和〉は調査全体をコントロールする、いわば意識変化しないゼロ地点を確保する役割を想定していた。ゼロ地点の確保によって、この観客の意識と本調査以外の連想調査とのつながりをつけることのできる提示語のはずであった。ところが、映画「万引き家族」を観ての意識変容は〈平和〉にまで及んだ。それだけ映画にインパクトがあったということだ。提示語〈平和〉の映画を観る前の回答語の 68.0%が消失し、映画の後に 69.1%の新出した言葉で観客が考えるという変化の大きさだった。

いわばゼロ地点にあたる長崎大学生の〈平和〉意識か

平和を表すのは「長崎」と「ハト」である、そういう合意が長崎大学生のなかにあることを意味する。別の言い方をすると定義または合意とは、「戦争」や「長崎」や「ハト」を〈平和〉から思い起こさなかった人でも、平和とは「戦争」がないことだよ、と言われるれば、そうだねと言うとの話である。この合意は全体の連想マップの中心に、これら 3 つの回答語が集まっている状態として図 7 に表されている。その周囲を「広島 (27.1%)」「日本 (24.8%)」「原爆 (24.8%)」が支える平和の意識構造である。

図 8 の、映画を見た、社会的影響力をもつであろう長崎県の 60 歳代の女性を中心とした観客の間でも「戦争

(45.8%)」が定義域に入っている。定義域の数値には達しないが「ハト (31.9%)」が続き、「長崎 (19.4%)」が続く。「長崎」の回答語の少なさは、諫早の観客に、場所の意識は場所に依存するのかもしれない。いずれにせよ、大学生にとっても映画の観客にとっても平和は、それ自体で積極的な定義をもたず、戦争の否定として、戦争に依存して定義されている。

映画「万引き家族」の連想調査による図 3, 4, 5, 6 は、〈平和〉の図 7, 8 と違って、定義域に入る回答語が「家族 (44.4%)」との〈つながり〉意外には見られない。家族とのつながり意識の強さ以外は合意のない状態で観客

連想マップ(Association Map)

2019年「万引き家族」統合上映前

Cue Word : 平和

Module Version 5.01

回答者数: 72 名, 回答語種数: 222 種類, 回答語総数: 419 語, エントロピ: 7.06, 連想量総和: 26.29

考え

| カテゴリ名 | 回答語数 | 回答者数比% |
|-------|------|--------|
| 考え | 128 | 177.8 |
| 象徴 | 69 | 95.8 |
| 戦争 | 69 | 95.8 |
| 他 | 52 | 72.2 |
| 社会 | 51 | 70.8 |
| 感情 | 50 | 69.4 |

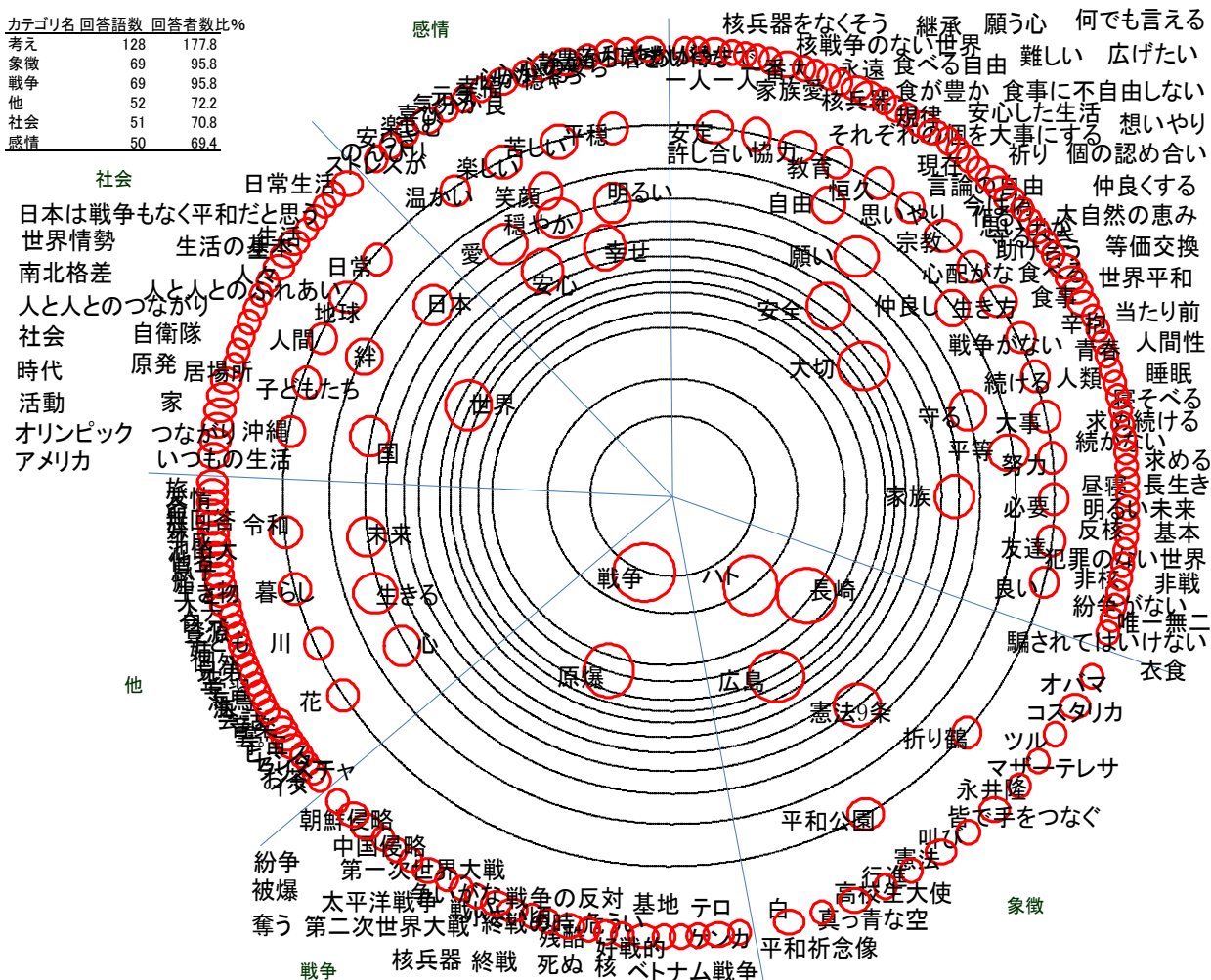


図 8 提示語〈平和〉による映画を観る前の観客の連想マップ

表5 〈平和〉について、長崎大学生と「万引き家族」の観客との意識傾向の違い

| カテゴリ | 長崎大学生 | 「万引き家族」観客 |
|------------------------|-------|-----------|
| 考え | 355 ▽ | 128 ▲ |
| 象徴 | 538 ▲ | 69 ▽ |
| 戦争 | 297 | 69 |
| 他 | 186 | 52 |
| 社会 | 314 ▲ | 51 ▽ |
| 感情 | 162 ▽ | 50 ▲ |
| (▲有意に多い,▽有意に少ない,p<.05) | | |

映画「万引き家族」は、観客の〈平和〉意識を揺らした。観客は映画を観た後、〈平和〉について《戦争》や《象徴》を想起することが少なくなり、身の回りに引きつけて〈平和〉を考えるようになった。曰く、〈平和〉は「思いやり (9.5%増加して 12.2%に。図 9 右中心近く)」であり、「優しさ (8.1%, 新出)」「安心 (6.8%増加して 14.9%に)」「幸せ (4.1%増加して 12.2%に)」である、と。映画を観る前の平和意識と重なる回答語「大切 (5.6%減少して 5.4%に)」や「安全 (4.2%減少して 5.4%に)」があるとはいえ、減少したのは「戦争 (29.2%減少して 16.2%に)」「ハト (22.2%減少して 9.5%に)」「長崎 (18.1%減少して 1.4%に)」であり、そして「原爆 (16.7%から消失)」「願い (5.6%から消失)」に至っては観客の意識から消えた。原子爆弾の廃絶による平和という長崎の願いが消えた。長崎、諫早における原爆意識は映画一本で吹き飛ばす底の浅さだった。平和運動が使ってきた「願い」の言葉による平和は、身の回りの「思いやり」や「優しさ」に映画の後は還元された。

表6に示すように、映画後に観客に、《戦争》や《象徴》と結びついた〈平和〉意識が有意に (p<.05) 薄れ、「思いやり」をはじめとする《考え》の方向に動いた。その結果映画後の図9では、対比して想起される「戦争 (回答者数比 16.2%)」が1位ではあるが、「安心」「幸せ」「思いやり」という、個人が日常の生活をふり返っての〈平和〉が観客 10%以上の意識を占めた。2語新出した回答語には、観客が日常の個人生活に意識を移して考えたようすが現れる。「暖かさ (新出 2.7%)」「笑い (新出 2.7%)」「信頼 (新出 2.7%)」「優しい (新出 2.7%)」、そして〈平和〉は「嘘 (新出 2.7%)」

表6 提示語〈平和〉による映画を観る前と後のカテゴリ変化

| カテゴリ | 映画の前 | 映画の後 |
|------------------------|-------|-------|
| 考え | 128 ▽ | 145 ▲ |
| 感情 | 69 | 72 |
| 社会 | 69 | 46 |
| 他 | 52 | 43 |
| 戦争 | 51 ▲ | 27 ▽ |
| 象徴 | 50 ▲ | 17 ▽ |
| (▲有意に多い,▽有意に少ない,p<.05) | | |

で「お金 (新出 2.7%)」の問題だとは映画に素直に影響されたのだろうし、「憧れ (新出 2.7%)」へとニュアンスが動いた。

原爆は怖い、戦争は悲惨だ、だから止めようとの訴えは、ハトや長崎といった象徴を掲げての街頭セレモニーとして意識表層の賛同を得ても、自分の日常生活の、安心、幸せ、思いやり、優しさ、とつながりをもたないのだろう。観客の意識のなかで、原爆や戦争とその象徴は、吹き飛んだ政治と同じ運命をたどった。映画の後に観客は、「安心 (14.9%)」「思いやり (12.2%)」「幸せ (12.2%)」「穏やか (8.1%)」「優しさ (8.1%)」が平和であり、自分の日常をふり返った地平につながらない原爆、戦争とその象徴を、安倍総理同様に吹き飛ばした。

是枝裕和監督は、幸せ風な社会の表層を一皮むいてしまい、嘘でつながった現実感ある家族の裏側を暴いて見せることによって、観客が世間に向けて他者に語る言葉の皮をむいてしまい、自分の生活のつながりを見つめた意識の地平において何が真実であるかを問うた。そこで観客は、実は「安心」「思いやり」「幸せ」「穏やか」「優しさ」が自分の生活の意識の地平における〈平和〉だ、と応じたと見える。原爆や戦争とその象徴は、世間や他者に語る言葉の層に存在し、自分の生活をふり返った意識の地平に根をもたない表層だったと、観客は語ったのではないか。週刊誌風にあおると、「原爆」廃絶の「願い」は「安倍総理」と同じ意識水準の話だった。この結果から、意識の表層を一皮むいて見たくもない世界を観させた是枝裕和監督に腹を立てるか、60歳代の女性を中心にした観客の社会や政治意識に薄い自己の心情中心を怒るか、象徴を掲げての原爆や戦争の訴えの浅さを嘆くか、どう合意を図りましょうかね。

VI 自分意識はどうなったか

連想法において、影響の深さを知らるために、提示語〈自分〉の変化を見る。自己認識にまで影響が及ぶとなると、インパクトは大きい。「万引き家族」が観客を引き込んだとして、では〈自分〉意識の深さにまで変容を及ぼしたのだろうか。言い換えると、観客は映画を観終わったとき、自分をどう思ったのか。

観客の意識は大いに変容した、が答である。何と映画の前の 71.9%の言葉が消失して、70.2%の新しい言葉で自分をふり返るといふ、その他の提示語よりも大きな変化を提示語〈自分〉による想起は引き起こしている。

観客の〈自分〉意識は、映画の前、いわば健全であった。自分を肯定する言葉、「明るい(8.3%、回答者数比百分率、以下同様)」「好き(6.9%)」「大切(6.9%)」「楽しい(5.6%)」「見つめる(5.6%)」「真面目(5.6%)」「大事(5.6%)」が、映画を観る前の回答語上位に並ぶ。それが映画の後に、変わる。回答語の映画の前と後の増減を表7に示す。

表7を見ると、消えたのは、「私」「女」「人間」といった比較的労力を要せず想起する一般的回答語、ならびに「のんびり屋」「よく笑う」など〈自分〉の性質について他者に語る、いずれもカテゴリ《属性》の回答語である。その他〈自分〉の健全さ、自分のよさを語る《肯定》に分類する「好き」「明るい」「妻」「真面目」「楽しい」「大事」「努力」、また家族における自分の位置を自覚した《他》の回答語「子ども」「親」「母親」などが、軒並み減少する。それらは、私ってこうなの、と他者に容易に語りうる言葉である。これら表7左の回答語には屈託がない。他者に語る自己肯定の明る

表7 提示語〈自分〉についての回答語の映画前後の増減

映画「万引き家族」を観る前と後の〈自分〉についての回答語の増減

■ は上映後に減少した回答語
 ■ は上映後に消失した回答語
 ■ は上映後に増加した回答語
 ■ は上映後に新出した回答語

| 上映前からすると | | | 回答差 | 回答者数比 | 上映後には | | | 回答差 | 回答者数比 | | |
|----------|----|--------|-----|-------|-------|------|-------|-------|-------|---|-----|
| 回答語 | 語数 | 回答者数比% | 実人数 | 増減% | 回答語 | 語数 | 回答者数比 | 実人数 | 増減% | | |
| 好き | 5 | 6.9% | 減少 | -4 | -5.6 | つながり | 6 | 8.1% | 増加 | 5 | 6.8 |
| 私 | 4 | 5.6% | 消失 | -4 | -5.6 | 思いやり | 4 | 5.4% | 新出 | 4 | 5.4 |
| 女 | 4 | 5.6% | 消失 | -4 | -5.6 | 家族 | 9 | 12.2% | 増加 | 3 | 4.1 |
| 明るい | 6 | 8.3% | 減少 | -3 | -4.2 | 心 | 4 | 5.4% | 増加 | 3 | 4.1 |
| 妻 | 4 | 5.6% | 減少 | -3 | -4.2 | 優しさ | 4 | 5.4% | 増加 | 3 | 4.1 |
| 真面目 | 4 | 5.6% | 減少 | -3 | -4.2 | 愛 | 3 | 4.1% | 新出 | 3 | 4.1 |
| 人間 | 3 | 4.2% | 消失 | -3 | -4.2 | 現在 | 3 | 4.1% | 新出 | 3 | 4.1 |

(2語以下の増減は省略)

(2語以下の増減は省略)

さは、「万引き家族」によって減少または消失の打撃を受ける。

増えたまたは新出したのは、表7右を観ると、映画に導かれて自覚した自分の世界、あるいは他者に向けた表層の言葉を消して、自分へと沈潜する意識世界から掬いあげた言葉、自分の「つながり」「思いやり」「家族」そして「心」の世界であり、その内容は「優しさ」「愛」の「現在」である。

「万引き家族」に引き込まれた観客は、自分のあり方をふり返って、あるいは自分と対比して、考え込んだ。そして〈自分〉について他に語る言葉が、ふり返っての自分の関係意識の言葉へと入れ替わった。自己認識に至る過程を象徴すると読み取れる回答語「何だろう(2.7%、新出)」(図10《他》の下方黄色)が、「見つめる(5.4%、前後で変わらず)」「しっかり見つめる(1.4%、新出、以下同様)」「これでいいの?」「何が大事か考える」「考えさせられる」「今の自分には考えることができない」「自分の家にも間違ったことがあるかもしれない」「存在の意味」「真の幸福とは何か」など、新たに疑問を抱いて自分へとふり返る様子が表現されている。

想起の際に比較的労力を要しない言葉ならびに他者に語る言葉を捨てると、自分をふり返る作業に労力と時間を要する。そのためだろう、映画後の〈自分〉ふり返りは、連想諸量すべてにおいて減少する。映画を観る前からすると、図10の回答語種数は回答語数比4.2%、11種類減少、回答語総数が同じく9.0%、33語減少、エントロピが0.07減少、連想量総和が2.7減少する。

そしてふり返った意識世界において観客は「つながり」「思いやり」「家族」を発見あるいは再発見し、自分の「心」、それは「優しさ」「愛」の「現在」である、

ては《属性》)や「思いやり」(カテゴリとしては《肯定》)であり、表7にピンクや黄色の暖色で示した回答語が、表8ならびに図10に有意($p<.05$)に増えている様子がわかる。

映画「万引き家族」は、自分と自分のつながりを真剣にふり返らせる効果があり、他者に語る自分についての軽い表現が薄れ、軽く言える愚痴を消したと読める。襟を正してふり返ると、あるいは「万引き家族」に比べると、〈自分〉の状況は悪くない、と。

映画の後の図10は、〈自分〉に突きつけられたインパクトによる意識、「家族(回答者数比12.2%、以下同様)」「つながり(8.1%)」「大切(6.8%)」「見つめる(5.4%)」「幸せ(5.4%)」「思いやり(5.4%)」「優しさ(5.4%)」「心(5.4%)」「愛(4.1%)」「現在(4.1%)」とそこから派生する各人の多様な回答語で構成されている。

映画後の、自分をふり返っての思いによる回答語を、その他の提示語にも見受ける。表面的な意識レベルを吹き飛ばされて、自分の世界を想起したとき、自分意識の基軸にある言葉が、その他の映画後の回答語にも立ち現れたのであろう。〈自分〉意識変容の深さから、〈家族〉〈つながり〉〈うそ〉〈平和〉の回答語が動いたのではないか。

Ⅶ 家族小説

長崎・諫早の観客は、素直だと思う。自分意識について想起する言葉の7割を超える変化は、大きい。この結果から、監督の力量と俳優の好演とカメラワークを褒めれば、映画評論としては事足りるだろう。さらに観客を褒める映画評論を、まず見ない。「万引き家族」に引き込まれるままに、自分意識までふり返って映画を受け止める観客に、敬意を表する。長崎県映画センターを支援してきた人々であり、映画を好きな人々なのだろう。

監督と観客の両者を褒めてしまえば話を大団円で終わってよさそうだ、だがしかし、監督と観客をつないだ映画の意味は何だろう。

映画上映の場で共感とは、2つの方向で起こる。1つは映画と観客の間であり、2つには観客相互の間である。この説明の仕方は、C.メッツの思考、映画と観客を分ける二分法を引きずった説明だ。一言でいうと、共感とは映画の

場で起こる。観客を軸に言うとは、映画を観る場で、あれとこれと分けなくて、意識の変容が生じる。そこには、溶け合った一体感が、個々人の違いを残したまま、生起するだろう。「万引き家族」の上映された場に、観客を含めて全体としてどんな共感が生まれたのだろうか。

場を二分法から引き離して一体化し、共感の内容を語る前に、「万引き家族」の入れ子構造を整理しておく。

映画「万引き家族」の背景には、新聞の社会面に登場するエピソードが垣間見える。垣間見えるわれわれの社会の様相を背景に、映画は、一人ひとりの登場人物に私小説を抱え込ませて展開する。登場人物一人ひとりが抱える物語は、映画の進行、つまり万引き家族の解体とともに明らかになる、観客にとっての驚きである。驚きながら、観客は、「万引き家族」という家族が、一人ひとりの私小説がつながった入れ子構造の場であったと知る。

映画の入れ子構造についてC.メッツは「映画内映画」(C.メッツ, 2005, p.371)と説明するが、ここでは物語内物語である。構造を映画内に限定する必要はない。観客にとって、映画というメディアが要件ではなく、物語の内容が心動かす要件である。「万引き家族」の入れ子構造は、万引きして暮らす疑似家族のなかにある各個人の物語として作り込まれている。この2つで構成される入れ子構造の一方は、われわれの暮らす日常世界であり、それが「万引き家族」の社会的土台である。われわれの暮らす日常世界のなかの疑似家族のなかの個人の物語として、「万引き家族」は三重構造だと理解すると是枝裕和監督の意図に沿うだろう。

しかしその三重の入れ子構造は、映画に集中した場からわが身を引き離して外から見て、日常の社会的土台と自分の家族とを意識して見出され得る入れ子であり、映画に引き込まれると意識から吹き飛ぶ仕掛けであった。三重の映画の構造をいわば通奏低音としながら、二重の入れ子構造に集中させたことが、映画の力である。

しかし、集中させる力は、この映画の限界、ふり返って自分と日常社会とをつなぐ意識の遮断を生んでいる。映画が観客を引き込む面白さは、演技などによる現実性のほか、二重の入れ子構造のめくるめく解きほぐしにある。一つの家族だと思った「万引き家族」が実はバラバラとほどける個人の物語で構成された疑似家族であったとの解きほぐし過程は、M.ヴェルネのいう映画の展開過

程であり、「万引き家族」の面白さである。しかし展開過程の力は、結果として観客が受け取る映画の意味とは異なる。連想法は、観客が映画から受け取った意味を明らかにするが、展開過程のハラハラ・ドキドキは言葉に直接には表れていない。その効果は、三重構造の入れ子のはずを、二重構造の解きほぐし過程の面白さに引き込んだところにあり、もともと観客の意識に深くなかった《政治》を、遮断によって吹き飛ばす力として機能している。

実は日常世界は、重要な要素として映画に登場している。1つは最後の場面での「ゆり」こと「りん」の日常世界への帰還であり、2つには最初の場面に現れる行政担当者であり、3つには解きほぐしとなる警察である。ここでは登場人物として意識されにくい、登場頻度と役割の大きい警察に話を絞る。警察は権力として、「万引き家族」に介入し解体した。その警察権力は観客の日常をも覆っている。大きな役割を映画で果たすにも拘わらず、日常の権力装置として観客に意識されなかった。観客は、警察によって守られている平和を意識しなかったし、警察によって機能している政治に反応しなかったし、自分の日常を覆っている権力としても警察を意識しなかった。

しかし、映画の背景となった社会面は、われわれの社会であり、場からわが身を引き離して捉え返すと、社会面が構成する社会のなかに観客各人の家族は、ある。観客の意識が集中したのは、めくるめく二重の入れ子構造の解体であったが、解きほぐしの面白さだけでは〈自分〉意識まで変容させた映画の力を理解できない。映画は観客の〈自分〉意識をはじめ〈家族〉や〈平和〉意識まで揺り動かしている。すると、観客は、映画の構想された社会に自分と自分の家族が成り立っているとの背後を知って映画を観たことになる。映画のいう社会が自分の日常に通底している前提を受け入れて観たから、自分と自分の家族と平和意識まで振動したと理解する。すると、映画の場で起こったのは、映画が構成した三重の入れ子構造に加えて、前提とする社会に観客が自分を加えた四重の構造 (tetra structure) の場で、場の意識のドラマが生起したと捉えることが妥当である。観客は、自分と自分たちの日常社会と映画の前提する社会の通底によって、観客相互にもまた振動しながら、家族だと見えた万引きグループの物語のほどけるハラハラ・ドキドキを

観た。言い換えると、観客は、映画に引き込まれる単なる大衆ではなく、映画の背景と自分の背景を結ぶ前提を了解しながら集中した、賢明な人々である。

映画の疑似家族において展開するのは、窃盗であり、ゆすり・たかり、性風俗、児童誘拐、死体遺棄だ。そこに警察が介入し、疑似家族は解体した。要約すると、映画「万引き家族」には、悪事を家族という現実感において見せる点に力があり、その解体過程にハラハラ・ドキドキさせられる、そのようにこの映画を解説できる。この解説は妥当だが、身も蓋もない。この映画解説には、共感のしようがない。そこに観客がいないからだ。

観客は、一人ひとりの登場人物の物語と万引する家族と社会との三重構造の映画を、自分と切り離して受けとらなかつた。観客は、万引きする疑似家族の物語に引き込まれ、映画に共感しながら、自分と自分の家族に通底する家族映画として受け止めた。「万引き家族を」家族映画として受け取ったから、60歳代の日本人女性を中心とした観客が、自分と自分の家族とを映画に読み込みながら、あるいは、ひねくれた映画と対比させながら、観通した。ひねくれたとは、家族のつながりを一皮むいて裏側を見させて、社会問題や政治をむいて捨てさせ、ついでに長崎の原爆への願いを遮断して意識の外に追いやったからだ。観客は「万引き家族」を観ながら、意識を、自分と家族のつながりの意味へのふり返りに向けた。観客は、自分と家族の意味をふり返りながら映画を観た。

それは、日本の伝統に流れて世界に通用し難い私小説の基盤があつたからだと評論してもいいが、個人の小説ではない点で違う。映画「万引き家族」は、家族小説として観客に受け止められたという言い方が当てはまる。私小説ならば、個人同士が通底する。しかし「万引き家族」が一皮むいて見せたのは、家族とは何かを問う物語だった。観客と映画とは、それが監督の意図であろうとなかろうと、家族小説として手を取り合い、共感し、対比し、考え込ませて、ふり返らせ、意識を大きく揺らし、連想する言葉を探させた。

その結果観客の意識にあつたのは、解体した疑似家族の裏側の個別の物語内容よりも、家族とは何かの反省的意識であつた。四重の構造によって派生する反省的意識から観客が探し出したのは、家族とは何かに答える、思いやりのワンセットといえる言葉であつた。けしからぬ

生業を背負う人々が家族のつながりのように見えたのは、思いやり、優しさ、幸せ、愛（愛情）という、いわば思いやりのワンセットがあったからだ、観客の想起した回答語が折り重なって現れる様相を、表 7、図 10、表 2 など各提示語に通底する回答語を眺めてそう集約できる。映画「万引き家族」は、思いやり、優しさ、幸せ、愛（愛情）によって家族はつながる、と語った、と観客は受け取った、と連想調査は告げる。これらの言葉が、映画が観客に語った、家族とは何かの答えである。映画に触発されて観客が改めて自分と家族とをふり返ったとき、思いやり、優しさ、幸せ、愛（愛情）が、場の体験のエッセンスとして意識に昇華されている。

映画「万引き家族」は、観客を、映画の家族のつながりの物語に引き込んで集中させた。集中は、映画を構想させた社会的背景を政治つながりとしては忘れさせたが、自分と家族の日常と通底する背景であると理解させた。二律背反で語れるほど観客は単純ではない。観客は、解決すべき社会の課題を忘れて、家族のつながりの物語に集中し、思いやり、優しさ、幸せ、愛（愛情）を、疑似家族が雲散霧消してそこで映画が終わったとき、受け取った。家族というつながりを一皮むいて裏側を見せた「万引き家族」を前にして、観客の意識は三面記事の提起した課題へは向かわず、自分が家族のなかにあり、つながっており、思いやり、優しさ、幸せ、愛（愛情）があり、安心がある、あるいはあるべきだ、との思いに走った。映画「万引き家族」を観て観客は、家族とは何かの答えを得て、意味の充足を果たしたであろう。

映画「万引き家族」は観客を自分意識から揺らす深さに達し、家族小説としてその絆で結ばれた疑似家族を受け止めさせ、自分の日常の家族のつながりを、思いやり、優しさ、幸せ、愛（愛情）の言葉によってふり返らせ、そこでふり返りの動きを止めた。この映画を観た観客 74 名の意識の動きを、連想法はそう語る。

註

- 1) 長崎県映画センターは、長崎県長崎市大井手町 24 岩本ビルの 2 階にあって、すぐれた作品の自主上映を組織するなど活動を続けている。
- 2) 連想調査について、上藪恒太郎、2017、連想法によ

- る道徳授業評価 —教育臨床の技法—, 教育出版, を参照。連想法による映画の評価として次の論文がある。
- 上藪恒太郎、2011、映画「ブタがいた教室」による観客の意識変容、長崎大学教育学部紀要—教育科学—第 75 号、pp.1-9
 - 上藪恒太郎、2011、映画「ブタがいた教室」を生月島の観客はどう受け止めたか—連想法による意識評価—, 長崎大学教育学部教育実践総合センター紀要第 10 号、pp.9-25
 - 上藪恒太郎、2017、映画メディアの教育効果 —「はなちゃんのみそ汁」による観客の意識変容—, 長崎総合科学大学紀要 56 巻 2 号、pp.77-93
 - 上藪恒太郎、2017、連想法による学校診断ならびに映画「青い鳥」による生徒の意識変容、長崎総合科学大学紀要 57 巻 1 号、pp.1-32
 - 上藪恒太郎、2018、生命尊重の総合的な学習を広げる映画活用の提案—中学生が映画「うまれる」を観て思ったこと—, 長崎総合科学大学紀要 58 巻 2 号、pp.67-106
 - 3) 上藪恒太郎 (2017) に CD として連奏処理プログラムをつけてある。
 - 4) <https://news.mynavi.jp/article/20111213-a036/> 2021 年 5 月 28 日閲覧
 - 5) 上藪恒太郎 (2014), p.22
 - 6) 回答者数による回答語種数の増加割合、また、エントロピと回答者数の関係については、上藪恒太郎 (2017), 131 頁を参照。これを見ると、連想調査において、各連想諸量は回答者数 70 人あれば十分であることがわかる。つまりこの調査の回答者数は、映画の連想調査の分析において、十分な数を確保している。
 - 7) 36.8%は精確にいうと、e 分の 1 である。上藪恒太郎 (2017), pp.127-128 を参照。

主要文献

- 花田清輝、1981、新編 映画的思考、未来社
- 上藪恒太郎、2017、連想法による道徳授業評価 —教育臨床の技法—, 教育出版
- 上藪恒太郎、2014、平和の定義 —平和責任：被害、加害責任、そして記憶の文化—, 長崎大学教育学部紀要—教育科学—第 78 号、pp.19-27

- ブリュノ・ラトゥール, 伊藤嘉隆 (訳), 2019, 社会的なものを組み直す アクターネットワーク理論入門
- クリスチャン・メッツ, 浅沼圭司 (監訳) 西澤栄美子ほか訳, 2005, 映画における意味作用に関する試論 映画記号学の基本問題, 水声社
- J.オーモン, A.ベルガラ, M.マリー, M.ヴェルネ, 武田潔 (訳), 2007, 映画理論講義 映像の理解と探求のために, 勁草書房