

を増やした上に詰め物までして、ディエゴの象のようなイメージを醸し出した。スタッフにもメキシコ出身者を多く配し、特に、撮影の「ロドリゴ・ブリエト（語研ニュース第7号で紹介した「アモレス・ペロス」でメキシコの現在を描き出した）」は、アメリカ人に理解できるメキシコのイメージを素直に伝えようとしている。

当時のメキシコ文化は、この映画の描く表面的なイメージとはかけ離れ、古代文明の中心としてのメキシコ、植民地時代のメキシコ、革命後のナショナリズムが台頭したメキシコが融合した非常に複雑なものであった。しかし、メキシコ初心者にとって、2時間余といった時間でこうした複雑な構図を理解し、独特の世界観に入っていくことは難しい。

この映画は複雑な構図を持ち、欧米と異なる世界観を持つメキシコ文化を、初心者にとってわかりやすく示している。この映画を見た後、実際にフリーダの作品やディエゴの壁画をみれば、メキシコ文化に対する理解が深まるだろう。特に、フリーダの作品の多くは、彼女の肉体的精神的痛みを理解することで始めて感動を与える作品であり、そういった意味でも、この映画は彼女の作品を理解するための入門書的な役割を十分果たしうる力を持っている。

こうした映画のメキシコ入門的役割は製作されたアメリカだけではなく、日本でも変わらない。この映画公開にあわせて、フリーダ関連の展覧会（東京、大阪の後、名古屋では名古屋市美術館で11月1日より12月21日まで「フリーダ・カーロとその時代」として開催後、高知へ）が開催され、雑誌での特集なども組まれた。ぜひ、映画を先にみて、展覧会を訪れることをおすすめする（もちろんメキシコを訪れる際にも、事前にみておくことをおすすめする）。この展覧会では、映画でも登場した多くのメキシコの芸術家達の作品も多く紹介されている。

また、岡本太郎がこの度メキシコで制作した壁画が発見され、メキシコの壁画芸術が注目されているが、フリーダの夫ディエゴ・リベラに代表さ

れるメキシコ壁画運動時の作品もスケールが大きく独特の色彩感覚がすばらしいので、メキシコを訪れる機会があればぜひ鑑賞して欲しい。

中国の携帯電話

法学部
鄭 高咏

カラーテレビ、冷蔵庫、洗濯機。この三つの電気製品を、かつて日本では「三種の神器」と呼んだそうですね。日本が敗戦から立ち直り、たくましい経済成長を始めた一九五〇年代から六〇年代にかけて、市民にとって「おかねがあれば買いたい製品」が、この三つだったと聞いています。

テレビや冷蔵庫がすでに普及してしまった現在の「三種の神器」とはなんでしょうか。

先日、大学で新聞を読んでいたら「プラズマテレビとデジタルカメラ、DVDレコーダーが新しい三種の神器と呼ばれる」とありました。

量販店ではこの三つが大人気だとか。洗濯機や冷蔵庫などは家事を楽にしてくれる電気製品として普及しましたが、現代は生活をより楽しく、充実させてくれる製品が売れるようです。みなさんにとっても「おかねがあれば買いたい製品」はこの三つではないでしょうか。

ところで、中国でも市民に人気がある製品を「三種の神器」と似た言葉で呼ぶことがあります。中国語で「三件」と言います。

十年くらい前までは、中国の大学生のあこがれの「三件」は「ラジオ、ウォークマン、ポケベル」でした。日本とちょっと似てますね。

では、現在はなんでしょうか。知人から聞いた話ですが、浙江省の有名な大学、浙江大学（中国では最難関の大学のひとつと言われています）では、合格した子供に「パソコン、携帯電話、MP3プレーヤー」の三つをプレゼントする親が目立つそうです。

例えばパソコンですが、授業などに利用するため、持ち運びが便利なノートブック型に人気があります。一クラス五十人の生徒がいれば十人前後が持っているほどで、おかねに余裕がない学生も友人と共同で購入したり、先輩の使ったパソコンを安く譲ってもらったりしています。

パソコンほど高価ではなく、比較的購入しやすい製品は携帯電話でしょう。浙江大学では約八割の学生が自分の携帯電話を所有しているといえます。

ここで、中国の携帯電話事情を紹介したいと思います。

私も今夏、北京に里帰りした際に、携帯電話を購入しました。十年前に買った「三星」ブランドの携帯が古くなったため、市内の量販店へ出かけたのですが、店内に展示されている製品の種類の多さに驚かされました。

「摩托羅拉（モトローラ）」「諾基亞（ノキア）」「西門子（シーメンス）」といった外国ブランドのほか、「波導（パード）」「TCL」「東信」など中国の企業の製品もよく売られています。松下など日本のブランドはあまり人気がありませんでした。店員によると「価格が高いのが人気がない理由」とのことでした。

中国の携帯はいくらくらいするのでしょうか。私が買ったのは中国のメーカーが生産しているもので、二千五百八十元でした。一元は日本円で約十四円ですから、三万六千円くらいでしょうか。手のひらに収まる、可愛いらしい形で、色がとても気に入ったのですが、中国の一般に市民にしてみるとちょっと高いですね。もちろん、店では千円を下回る製品も販売しています。最も安いもので五百元程度でしょうか。

政府の統計によると、中国全体の携帯電話の利

用者は今年四月末までに二億二千六百万人にまで増えました。いまや中国は「世界最大の携帯利用国」になっています。十年くらい前は、ビール瓶のような大きくて重たいモトローラの携帯が一台一万元以上もしたのですが、いまでは国産品でも小型で使いやすいものがたくさん出ています。

カメラ付き携帯も販売され、若者らの間で流行し始めています。価格は四千元前後と高額なので、日本のように普及はまだしていませんが、観光地などに行くと、カメラの代わりに携帯で記念写真をとっている風景を目にします。

携帯を使ったメールのやりとりは日常化しています。「短情報」と呼ぶメールはインターネット経由ではなくて、相手の電話番号あてに発信するものです。

電話機のボタンにAからZまでの文字が印刷されており、ピンインで漢字を探して入力します。街角で携帯の画面をにらみながら、一生懸命、親指を動かしている姿は中国でも珍しくありません。

最近ではPHSも利用され始めました。日本の技術をもとにしたもので、中国での呼び名は「小靈通」。「靈通」はもともと「耳が早い」といった意味があります。PHSを使うとニュースがいち早くキャッチできる、といったPRの気持ちが込められているのかも知れませんね。

携帯に比べて利用料金は半分程度といえます。中国では携帯電話をかけると、かけた方も受けた方も、双方が通話料を払う必要があります。「小靈通」は日本と同様にかけた側だけに料金がかかるため、割安なのだそうです。

もっとも、通常の携帯と違ってこちらは利用できる地域が限定されています。北京、上海、広州の三大都市では一部の地域でしか使えません。また、例えば北京の利用者は北京市内にしか、かけることができません。このため、地方に住んでいる人が同じ地域に住む友人や親せきを相手に使う、といった利用が一般的なようです。

日本で携帯電話が生活に欠かせない道具であるように、中国人にとっても携帯は、すでに大切な情報伝達的手段になっています。

広大な面積を持つ中国では、これまで都市部と農村部、あるいは東部と西部の距離があまりに遠く、互いのコミュニケーションが十分ではない面がありました。

このため、国内に無数の方言を生んだともいわれています。「北京語」と「上海語」、「広東語」がまったく異なるように、地方によって話されている言葉は千差万別。一つ山を越えただけで、方言が変わってしまうケースもよくあります。

携帯電話の普及は今後、中国の国内のコミュニケーションをより円滑にしてくれるはずですが、地域間の情報の格差も減るのではないのでしょうか。そうすれば、内陸部などの経済発展が促されるかも知れませんが、何気なく使っている携帯を眺めていると、そんな明るい将来が想像されてくるのです。

中国のカンフー・武俠映画

現代中国学部
藤森 猛

剣や刀の立ち回りアクションを主とする「チャンバラ映画」は、中国語で「武俠片」といわれ、少林寺などの素手による拳法を主とする「カンフー映画」は「功夫片」といわれる。これらの映画ジャンルは、1970年代の「李小龍」（リ・シアオロン；ブルース・リー）、「成龍」（チャン・ロン；ジャッキー・チェン）の出現により香港映画の代名詞となってきた。80年代以降、中国大陸でも「武術片」、「武打片」、「動作片」などと呼ばれるカンフー・武俠映画が数多く制作されるようになり、2002年、

張芸謀（ジャン・イーモウ）監督による『HERO』が生まれた。

『女俠李飛飛』

香港の武俠映画は、いわゆる「任俠映画」に芸術アクションの要素を加えたものであり、1925年の『女俠李飛飛』がそのルーツであるといわれている。邵酔翁ら4兄弟からなる“邵氏兄弟”（ショウ・ブラザーズ）が経営する天一影業公司によって制作が行われた。また49年に『黄飛鴻伝』が制作され、以後50年代には、映画とテレビにおいて『黄飛鴻』ものがヒットし、わが国の『水戸黄門』・『銭形平次』などに匹敵する長寿番組・シリーズ映画となった。

またショウ・ブラザーズからは、胡金銓（フー・ジンチュエン；キン・フー）監督が64年『大地児童女』、66年『大酔俠』をはじめとする武俠映画の話題作を次々と送り出し、60年代から80年代にかけての香港武俠映画のブームを支えた。

一方中国大陸では、“第一代導演”（第一世代監督）である張石川（ジャン・シーチュアン）監督によって、1928年『火燒紅蓮寺』が撮られ、いわゆる「武俠小説」を原作として武俠映画を制作する作品の模範となった。しかし49年の新中国成立後は、武俠映画の制作の中心は香港へと移り、1982年の香港映画『少林寺』の公開まで、中国大陸の映画観衆が武俠映画を見る機会はなかったといえる。

『龍争虎門』

香港のカンフー映画の台頭は、1971年の『唐山大兄』（ドラゴン危機一発）のヒットに始まる。アメリカ生まれの李小龍が香港の「嘉禾」（ゴールデン・ハーベスト）に移り、以後の香港カンフー映画ブームに火をつけた。わが国においては、73年の李小龍の急逝前後に公開された72年『精武門』（ドラゴン怒りの鉄拳）、73年『龍争虎門』（燃えよドラゴン）などの作品で、空前のカンフー映画ブームが起こった。

78年『酔拳』（ドラック・モンキー/酔拳）が