

物語消費論

「ビックリマン」の神話学

大塚英志

1989年刊行の『物語消費論』が
待望の復刊!

あらゆる
おたく批評の
原点!

80年代の文化だけではなく、
現代の社会現象を理解する鍵になる
伝説的な論考「物語消費論ノート」を収録。

アニメ・まんが・ラノベ・ゲームや
文学を素早く理解するために
不可欠な一冊

カナダ・コンコルディア大学准教授
マーク・スタインバーグ

物語消費論 「ビックリマン」の神話学

大塚英志

星海社

185



目次

I 物語消費論ノート 9

1 世界と趣向——物語の複製と消費 10

2 〈噂〉論——物語の生成 27

II 複製される物語 45

物語製作機械 46

商品のなかの〈神話〉 53

デイスコ「トゥーリア」の神話と構造 57

物語作家は〈偽史〉をめざす 61

ゲームとしての創作 67

〈やおい〉の方法 72

〈複製〉メディアとしての「ジャンプ」ブランド 75

シミュレーションの少女たち 82

日本的遠近法の呪縛 86

すべては手塚の掌に 89

究極のおたくコミック 93

ミニチュア世界の〈物語〉 97

増殖する〈複製〉の果てに 102

Ⅲ 消費される物語 107

団塊世代の美しい青春 108

“団塊の世代”は今なぜトレンドになっているのか
112

団塊世代とジュニアの戦後史
120

吉本隆明への片想い
126

〈反原発〉の都市民俗学
129

アパート情報誌の中の都市
134

システムに組み込まれる〈都市伝説〉
140

ただの一日としての〈Xデー〉
145

しょーもない〈現在〉の中で
151

児童まんがは復活するか
154

子供たちのいない少年まんが誌
160

CVSでお弁当と買う雑誌
165

書店は駄菓子屋になちなさい
171

DCブランドの崩壊
175

DCブランドからまんが家ブランドへ
179

四コマまんが誌の中の〈笑い〉
184

美少年の血脈 190

消費社会の美少年アイドルたち 195

〈まんが家〉と〈コミックライター〉の間で 200

IV 再生する物語 205

かわいい天皇のこと 206

着せ替え人形の成長 209

少女民俗学のすすめ 210

おまじないコミックの底には宗教が 214

児童文学の時代 219

ポエム文学の可能性 223

少女まんがの時間の後で 229

バラエティとしての宗教 232

ビックリマンと「霊界物語」 237

ゲームとしての宗教 242

日韓両国のまんがの「しょもない部分」 248

新右翼の人とプロレス単行本 251

プロレス記者への変身 256

短い終章

手塚治虫と物語の終わり 265

あとがき 269

初出一覧 276

I

物語消費論ノ一ト

1 世界と趣向——物語の複製と消費

今日の消費社会において人は使用価値を持った物理的存在としての〈物〉ではなく、記号としての〈モノ〉を消費しているのだというボードリヤールの主張は、八〇年代末の日本を生きるぼくたちにとつては明らかに生活実感となっている。ぼくたちは目の前に存在する〈モノ〉が記号としてのみ存在し、それ以外の価値を持つことがありえないという事態に対し充分自覚的であり、むしろ〈モノ〉に使用価値を求めることの方が奇異な行動でさえあるという感覚を抱きつつある。

一九八七年から八八年にかけて子供たちの間で爆発的なヒットとなった「ビックリマンチョコレート」は、その意味で象徴的な商品だったといえる。消費者である子供たちにとつても、送り手であるメーカーにとつても、「ビックリマンチョコレート」が〈チョコレート〉という食品としては全く価値を持っていないというのは、あまりにあからさまな合意事項であつた。彼らは「ビックリマンチョコレート」をかうと、〈ビックリマンシール〉を取り出し、〈チョコレート〉をためらいなく捨てた。商品名に〈チョコレート〉を名乗りながら、「ビックリマンチョコレート」という商品において、形式としては商品の本体である〈チョコレート〉は、不要なものでしかない。

菓子メーカー全体が商品としての差異化を図るあまり、食品としては常軌を逸した辛さのスナック菓子や、動物などのキャラクターをあしらった〈かわいい〉お菓子を開発し、食べ物本来の使用価値からは逸脱しつつあったにせよ、それが最終的には消費者の口の中に入れられるという最後の一线だけはかろうじて死守されていた。激辛食品は口にすることでその辛さを実感できるわけだし、〈かわいい〉お菓子は「かわいくて食べられない」と言われつつ食べられてしまうことで商品たりえていたのである。また、〈オマケ付き〉という形式そのものにしたところで、その元祖である「グリコ」の古典的コピー「一粒三百メートル」に見られるように、本体であるお菓子の使用価値（栄養）は決して否定されなかった。ところが「ビックリマンチョコレート」においては、〈チョコレート〉は、製造元が菓子メーカーであり必然的に食品流通のルートに乗って販売されなくてはならないという理由のみで、〈チョコレート〉という形態をとったにすぎない。商品の本体は〈シール〉であり、〈チョコレート〉はこれを消費者の許に届けるメディア（つまり〈シール〉を入れる容器）としての役割のみを果たしているのである。

さてそれでは、〈チョコレート〉としての使用価値を捨て去った「ビックリマンチョコレート」において、実際に消費の対象となっている〈モノ〉とは一体なんなのか。子供たち

はオマケのシールを集めることに熱中していたのだから当然それは〈シール〉である、と常識的には考えられる。確かに一九七一年から七四年にかけて、同じように中身を捨ててオマケのカードのみを集める子供たちが続出し社会問題化し、ついには生産中止を余儀なくされた、「仮面ライダースナック」であればそれで正解である。他のスナック菓子との差別化を図ることで導入した仕掛けが、〈商品〉の本来の使用価値（食品）を否定し、仕掛けの部分（シール）のみが一人歩きして商品の本体となってしまったのが、「仮面ライダースナック」なのである。

しかし、「仮面ライダースナック」と「ビックリマン」ではその消費のシステムが決定的に異なる。「仮面ライダースナック」は、石ノ森章太郎原作の特撮ドラマ「仮面ライダー」のキャラクターをパッケージにあしらったものである。テレビやまんがなどで子供たちに人気のあるキャラクターに便乗する形で商品に付加価値をつけることは、差異化の最も古典的な手法であり、珍しくもなんともない。ところが「ビックリマンチョコレート」の場合は、あらかじめ「ビックリマン」というTVなりコミックの原作が存在したわけではない点で、「仮面ライダースナック」と決定的に異なる。確かにアニメやコミック版「ビックリマン」は存在するが、それは「ビックリマンチョコレート」がヒットした後には作られた

二次商品である。つまり「ビックリマンチョコレート」は、「仮面ライダースナック」のように便乗すべき原作が存在しなかったのである。ここに「ビックリマン」の商品としての特異性がある。

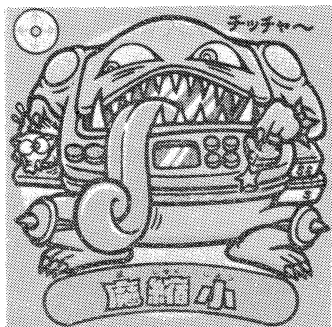
とすれば、子供たちが〈ビックリマン〉に熱中しチョコレートを買いあさる動機とは何なのか。繰り返し書いてきたことなので重複となるが、「ビックリマン」には以下のような仕掛けがほどこされていた。

- ① シールには一枚につき一人のキャラクターが描かれ、その裏面には表に描かれたキャラクターについての「悪魔界のうわさ」と題される短い情報が記入されている。
- ② この情報は一つでは単なるノイズでしかないが、いくつかを集め組み合わせると、漠然とした〈小さな物語〉——キャラクターAとBの抗争、CのDに対する裏切りといった類の——が見えてくる。
- ③ 予想だにしなかった〈物語〉の出現をきっかけに子供たちのコレクションは加速する。
- ④ さらに、これらの〈小さな物語〉を積分していくと、神話的叙事詩を連想させる〈大きな物語〉が出現する。

⑤ 消費者である子供たちは、この〈大きな物語〉に魅了され、チョコレートを買いつけることで、これにさらにアクセスしようとする。

「ビックリマン」が描き出した〈大きな物語〉の具体的な内容に関しては本文で触れたので詳しく説明しないが、それは出口王仁三郎の『靈界物語』やインドの叙事詩『マハーバータ』を連想させる壮大な神話的年代記なのである。消費者である子供たちは、この〈大きな物語〉の体系を手に入れるため、その微分化された情報のかからである〈シール〉を購入していたわけである。したがって、製造元の菓子メーカーが子供たちに〈売って〉いたのは、チョコレートでもなければシールでもない。〈大きな物語〉そのものなのである。これに対し、「仮面ライダースナック」は、人気テレビ番組のキャラクターシールを、本体であるスナック菓子を乗っとする形で売っていたにすぎない。

このような奇妙な消費の形は、実はコミックやアニメ、あるいは玩具といった子供を対象とした商品に極めて鮮明に見てとれるものなのである。コミックにしろ玩具にしろ、それ自体が消費されるのではなく、これらの商品をその部分として持つ〈大きな物語〉あるいは秩序が商品の背後に存在することで、個別の商品は初めて価値を持ち初めて消費され



あくま てんし
ロツテ 悪魔VS天使シール138-悪



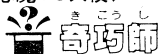
ビッグこくうてんし せいざい くら
大虚空域の周りで迷動している聖体を持
える魔古鬼! 大いなる聖心も魔露光を浴び
せ畏縮させ抜き取り魔シートに写し込む
チツチャ〜 モ〜ッッ MEN〜!



★悪魔シールでいたづらされたら、天使
やお守りシールでハリ返そう!!



あくま てんし
ロツテ 悪魔VS天使シール143-悪



マジックアート み せいしんバランス おだ
魔次空芸を見せつけて聖心均衡を乱して
しまうゴードン師II! 魔網のかな縛りで
一挙に伸群動を止めてしまうゾ、ヒ〜ッ
ヒヒ〜ッ バカ〜ッ バ〜ン!



★悪魔シールでいたづらされたら、天使
やお守りシールでハリ返そう!!

図1 ビックリマンシール (©ロツテ)

るのである。そしてこのような消費行動を反復することによって自分たちは〈大きな物語〉の全体像に近づけるのだ、と消費者に信じこませることで、同種の無数の商品（「ビックリマン」のシールなら七七二枚）がセールス可能になる。「機動戦士ガンダム」「聖闘士星矢」「シルバニアファミリー」「おニャン子クラブ」といった商品はすべて、このメカニズムに従って、背後に〈大きな物語〉もしくは秩序をあらかじめ仕掛けておき、これを消費者に察知させることで具体的な〈モノ〉を売ることにつながっている。

このようにして背後で商品を支える〈大きな物語〉ないしは秩序とは何なのだろう。アニメーションの分野ではこれを〈世界観〉と呼んでいる。「機動戦士ガンダム」に例えるなら、一話ないしは一シリーズのアニメは断片的な商品、シールに相当する。そしてこの一話ないしは一シリーズでは、アムロなりシャアなりのキャラクターを主人公とした表向きの物語が描かれている。一般の視聴者はこの〈表向きの物語〉のみを見ている。ところがアニメの作り手は、こうした一回性の物語のみを作っているわけではない。「ガンダム」なら主人公たちの生きている時代、場所、国家間の関係、歴史、生活風俗、登場人物それぞれの個人史、彼らの人間関係の秩序、あるいはロボットにしても、そのデザインなり機能のこの時代の科学力にてらしあわせた場合の整合性、といった一話分のエピソードの中で

は直接的には描かれない細かな〈設定〉が無数に用意されているのが常なのだ。この〈設定〉が多ければ多いほど、一話分のドラマは受け手にはリアルなものとして感知される。そしてこれらの一つ一つの〈設定〉は全体として大きな秩序、統一体を作り上げていることが理想であり、〈設定〉が積分された一つの全体を〈世界観〉とアニメーションの分野では呼びならわしている。とすると、具体的な一話なり一シリーズなりのアニメ番組で描かれた表向きのドラマは、〈世界観〉という全体から見た時、この大きな世界の中で任意の一人の人間を主人公に選び、その彼の周囲に起きた一定期間内の出来事を切りとっただけのものにすぎなくなる。主人公を別の人間に置きかえるだけで、そこには無数のドラマが理論的には存在し得ることにもなる。

これはコンピュータゲームに例えればわかり易いものかもしれない。ゲームソフトの中にプログラムされた情報全体が〈世界観〉に相当する。プログラムとは、「ゲームソフトの内部に存在する閉じた世界において、想起しうるすべての可能性からなる全体としての秩序」とでも定義されるものである。これに対し、個々のドラマに相当するのが一回分のプレイである。同じソフトを使ってゲームをしてもその展開はプレイヤーごとに、プレイするごとに、それぞれ異なる展開を見せる。「ガンダム」の一話分はゲーム一回分に相当し、異な

るプレイヤーの手にかかれれば異なる物語が出現する可能性だってあるのだ。

これまでの消費者は、このゲーム一回分の中で展開されるドラマを消費することで満足していた。その背後にある〈大きな物語〉（世界観）は、まさにゲームのプログラムと同じで、本来、不可視の存在で、消費者の目に触れる性格のものではなかった。ところがアニメマニアは、一話一話のドラマの中に含まれたドラマ以外の情報を手懸りに背後に隠された〈世界観〉を探り出そうとした。アニメ作品の特集ムックを見ると、作品の表面には出てこない設定資料を多数収録しているが、これは、アニメがテレビ放映の映像をもとに推理し、彼らなりに再構成した〈世界観〉を補足しないしは追認してやるために必要なのだといえる。あるいはゲームソフトの攻略法やゲーム世界のマップ作りも、隠されたプログラムを顕わにしようとする消費者の行動であったといえる。初期のゲームマニアは、〈バグ〉あるいは〈裏技〉と呼ばれるプログラムミスの発見に全力をかたむけた。例えば「スーパーマリオブラザーズ」の裏技で、主人公のマリオが後ろを向く、というものがあったが、これは、ゲーム中、マリオが常に横を向いている状態なのが正しいプログラムなのだと把握していることで初めて、〈裏技〉すなわちプログラムの綻びであることが察知できるものだ。初期のアニメマニアも、このようなドラマ内の描写における矛盾点をあら探す

ることに熱中したが、このようなプログラムミスへの関心は、必然的にプログラムの全体像への関心へと向かわざるを得ないのだ。

プログラムそのもののへの関心が特定のマニアに限定されているうちはよかったのだが、アニメやコミック、玩具という限られた分野に関してはこれが明らかに消費者の共通感覚と化しつつあるのが現状だ。ここに今日の消費社会が迎えている新たな局面が見えてとれる。消費されているのは、一つ一つの〈ドラマ〉や〈モノ〉ではなく、その背後に隠されていたはずのシステムそのものなのである。しかしシステム（＝大きな物語）そのものを売るわけにはいかなないので、その一つの断面である一話分のドラマや一つの断片としての〈モノ〉を見せかけに消費してもらう。このような事態をぼくは「物語消費」と名付けたい。

商品というものが〈物語〉との関係の中で消費されていく、という事態は、恐らく誰でも漠然と感じていることであつた。しかし、今まで見てきたように、今日の消費の局面においては、〈物語〉は二種類存在し、その両者の相互関係の中で消費が行なわれる。二種類の〈物語〉とは、具体的な商品あるいは一回分のドラマである〈小さな物語〉と、〈世界観〉〈プログラム〉〈システム〉と本書の中でそのつどなりゆきで表現している〈大きな物語〉のことである。これまでわれわれが消費してきた商品は、前者〈小さな物語〉のみで

あつた。ところが「ビックリマン」で明らかになつたように、新しい消費者は〈大きな物語〉をも消費の対象として組み込みつつある。だからといって、〈大きな物語〉それ自体を具体的な商品にすることは不可能に近いので、これが微分化された断片である〈小さな物語〉を商品として消費することになる。「仮面ライダースナック」と「ビックリマンチョコレート」の消費形態の違いは、実にこの点にあつたのである。

しかしこのような〈物語消費〉を前提とする商品は極めて危うい側面を持っている。つまり、消費者が〈小さな物語〉の消費を積み重ねた果てに〈大きな物語〉Ⅱプログラム全体を手に入れてしまえば、彼らは自らの手で〈小さな物語〉を自由に作り出せることになる。例えば以下のようなケースが考えられよう。著作権者であるメーカーに無許可で、誰かが〈スーパージェウス〉に始まる七七二枚のビックリマンシールのうちの一枚をそっくり複写したシールを作れば、これは犯罪である。こうして作られたシールは〈偽物〉である。これは今までいくらかでもあつた事件である。ところが同じ人間が、「ビックリマン」の〈世界観〉に従つて、これと整合性を持ちしかも七七二枚のシールに描かれていない七七三人目のキャラクターを作り出し、これをシールとして売り出したとしたらどうなるのか。これは七七二枚のオリジナルのいずれを複写したものでもない。したがつてその意味では〈偽

物」ではない。しかも、七七三枚目のシールとして七七二枚との整合性を持っているわけであるから、オリジナルの七七二枚とも同等の価値を持っている。〈物語消費〉の位相においては、このように個別の商品の〈本物〉〈偽物〉の区別がつかなくなってしまうケースがでてくるのだ。

このような事態は仮説ではなく既に現実となっている。「翼」同人誌と呼ばれるジャンルがそれである。かつて『少年ジャンプ』に連載されていた作品に、高橋陽一作の「キャプテン翼」というサッカーまんががあった。本来は男の子向けの作品として作られ大ヒット、アニメ化、ファミコン化もされた。単行本もミリオンセラーとなった。

ところがある時期から十代後半の少女たちが、「キャプテン翼」の主要キャラクターを使つたまんがを自費出版の同人誌で描き始め、それがまたたく間に全国に広がった。この「翼」同人誌は何百何千種類と作られ、有名な同人誌にもなると一点につき万を超える部数売りさばくことさえできるようになった。彼女たちは「翼」のキャラクターとその人間関係を使って、それぞれの「キャプテン翼」を描いて売り出したのである。

彼女たちの作品をパロディと表現するのは正しくない。パロディとは強固なオリジナルが存在し、それに対する皮肉やおちよくり、もじりなどを用いるのである。ところが彼女た

ちは高橋陽一の「キャプテン翼」から〈プログラム〉としての「翼」をとり出して、そのプログラムの秩序に従って自分たちの創意工夫をこらし、それぞれの「翼」を描いたのである。彼女たちにとって原作の「翼」は、そこから〈プログラム〉を抜きとるだけの素材にすぎなかったようだ。一度〈プログラム〉が彼女らの手に渡ってしまった段階で、原作も〈プログラム〉の枠の中で出現しうる一つのドラマにすぎなくなってしまう。しかも、彼女たちは「翼」における少年同士の関係に重点をおいて〈プログラム〉として抽出し、これを誇張して用いるので、「翼」同人誌のキャラクターは原作と似ても似つかないものとなっている（**図2**参照）。これはいわゆる盗作、盗用とは微妙に異なってくる。「翼」という〈プログラム〉そのものは原作者の作品内に隠されていたが、これを〈プログラム〉として抽出し、これに従って同人誌版「翼」を描いたのは、無数のアマチュア作家たちなのである。具体的に現われた〈作品〉は少なくとも盗作ではない。この微妙な部分に半ばつけ込む形で同人誌版「翼」を商業ベースで出版する版元が複数出現して、「原作」の出版権者である集英社と現在トラブルを起こしている。

著作権法上の論議はさておき、「翼」同人誌が興味深いのは、このような作品作りが、実は日本人の物語製作の歴史に照らしあわせると決して珍しい事態ではないという点である。



▲右図
源氏のお町「そして卒業」

▲左図
藤置ゆいな「夏の翼」
(ともに『てんぷていしょん』より)

▶門井亜矢「花咲ゲリラ」
(『はい1 $\frac{1}{2}$ 』より)



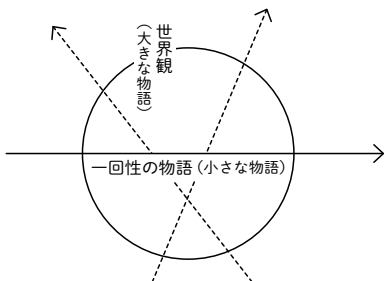
図2 「翼」「星矢」同人誌

〈大きな物語〉を共有し、そこから立ちあらわれるさまざまな〈小さな物語〉の出来不出来に作者の力量なり個性を見出すという感覚は、歌舞伎や人形浄瑠璃にはつきりと見てとれるのだ。

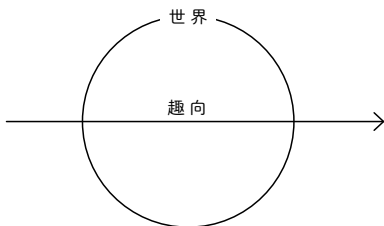
歌舞伎の用語に、〈世界〉という概念があるが、これはアニメ業界の〈世界観〉とほぼ意味を等しくする。服部幸雄他編『歌舞伎事典』（平凡社）の〈世界〉の項目を引用してみよう。

せかい 世界 歌舞伎・人形浄瑠璃劇作用語。作品の背景となる時代・事件をさす概念。実際にはその中の登場人物の役名、それらの人物の基本的性格（役柄）、人物相互の関係、基本的な筋、脚色さるべき基本的な局面や展開などまでを含む概念である。主として、江戸時代の人々に周知の通俗日本史や伝承等を基礎として成立しているが、原拠や原典そのものをさすのではなく、中世芸能をはじめ先行の歌舞伎や人形浄瑠璃でくりかえし脚色上演されてきたなかで形成された類型的な内容を持つ。したがって個々の〈世界〉は恒久不変的なものでなく、時代的な流行もあり、類型の形成により新生し名目のみ残り使用されなくもなる。作者は役者や観客に共通の知識となっている〈世界〉の上に新しく案出した〈趣向〉を脚色したり、複数

1 世界観と一回性の物語（円と交差する線、すなわち物語は無数にある）



2 歌舞伎の世界定め（趣向すなわちヴァリエントは無数に存在しうる）



3 原作とパロディは〈趣向〉として等価である

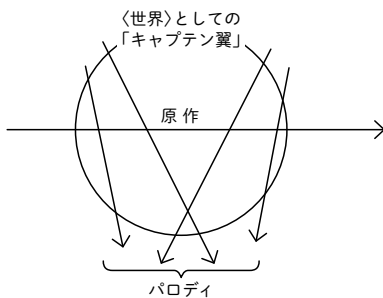


図3 世界観と物語の関係

の〈世界〉を混合したりして作品を作る。

（池上文男の記述による）

〈世界〉が〈世界観〉ないしは〈大きな物語〉と同義であり、一本一本の〈小さな物語〉が〈趣向〉に相当することがわかる。歌舞伎作者の間には、「世界綱目」なる〈世界〉のカタログ兼アンチョコのようなものさえ存在したようだ。作者の才能は、この〈世界〉をいかなる〈趣向〉で切りとり、一本の上演作品として仕上げられるのかの妙で判断されたのであった。

「翼」同人誌の作品は、「キャプテン翼」という〈世界〉を定め、これをそれぞれの女の子たちが自分たちの創意工夫にとんだ〈趣向〉をもって描いたものである。このような〈世界〉——〈趣向〉という軸の中で考えた時、高橋陽一の本家「翼」を含めた無数の「翼」作品を判断する基準として、どれがオリジナルであるかはもはや無意味であり、ただ〈趣向〉の優劣のみが有効となってきてしまう。

このように〈物語消費〉は、「ビックリマンシール」に子供たちが血まなこになったように消費者に過剰な消費行動を起こさせる動機づけとなると同時に、〈商品〉そのものを消費者自身が作り出し、自分たちで勝手に消費していつてしまうという局面を迎えかねない可

能性を秘めている。そうなった時、〈商品〉の送り手は、消費のシステムから排除され、自分たちの作り出した商品を管理できなくなってしまう。それゆえ〈物語消費〉の最終段階とは、〈商品〉を作ることと消費することが一体化してしまうという事態を指す。もはや生産者はいない。自らの手で商品を作り出し、自らの手で消費する無数の消費者だけがいる。それが記号としての〈モノ〉と戯れ続けた消費社会の終末の光景なのだけということだけは、しっかりとここで確認しておこう。

2 〈噂〉論——物語の生成

メディアの中に、あるいは私たちの生活の中にさまざまな〈噂〉が浮遊している。「ドラえもん」に描かれた物語は実は植物人間であったのび太くんの見ていた夢であり、のび太くんのモデルは実在する。「サザエさん」一家は飛行機事故で死んでしまい彼らは海の魚に生まれかわる。自殺した少女歌手の姿がTVモニターの隅に見え隠れする。ティッシュペーパーのCMにはのろいがかけられている。一九八六年から八七年にかけて子供たちの間を駆けめぐった奇妙な〈噂〉は、このようにすべて死をめぐるものであったことに誰もが気がつきながら、同時になぜこのような〈噂〉が子供たちに必要とされたのかという問題

については誰も明快な答えが出せないまま、〈噂〉そのものは忘れさられた形となっていた。そして一九八八年の秋。再び子供たちは、〈死〉をめぐるメッセーじをメディアから受けとることになった。東京の中心にある空虚の森に棲む聖老人の御魂^{みたま}が肉体を離れようとしているという〈噂〉に子供、特に女の子たちが過剰に反応し、森の入口に彼女たちが列を作ったことは、大人たちを驚かせた。聖老人の〈死〉がせまっているのにもかかわらず、ぼくたちには呼吸数、血圧、体温と下血の有無という無機的な数字しか知らされない。聖老人の生命の危機についての具体的な情報は一切なく、ただ死期が近いというイメージだけがメディアを通じて強く伝わってくる。

今までも、メディアの中には人々の死がいつも充滿していた。けれども同時にメディアは、芸能人や飛行機事故の被害者の死に対してあまりにあからさまに接することで、これを消費可能な形に仕立てあげてきた。〈死〉をめぐる消費者を満足させるだけの情報を充分すぎるくらい与えてきた。ぼくたちはいつも飽和状態になるまで一つの〈死〉について情報を与え続けられ、そうすることで〈死〉そのものを漂泊し、多少刺激的な商品として消費していくことに慣れきっていたのだ。

だが「ドラえもん」をめぐる〈噂〉や聖老人の危篤を伝えるニュースは、具体的な映像

や情報の集合としては届けられず、ただ〈死〉そのものの強烈な（しかし実体をとまわらない）イメージのみを受けとめねばならなかった。この意味で「ドラえもん」の〈噂〉と聖老人をめぐるマスコミの報道よりは、少なくとも子供たちにとっては同じ位相の上に存在し、同様の意味を持った特殊なメッセージとして理解されていたと考えられる。

それでは、このような〈噂〉をぼくたち自身はどう理解するべきなのか。子供たちが一九八〇年代の末、あるいは昭和という時代の終わりに際して、〈死〉をめぐる特異な〈噂〉に過剰に反応した、と記述してみたところで、それは世相史のほんの数行を構成する出来事に終わってしまう。

問題なのは、このような〈噂〉が①子供たちのどのような心意に支えられ、②なおかつ、いかなるメカニズムに従って生成してきたのか、という二点を明らかにすることにある。

さて〈噂〉そのものはいつの時代にも存在した。日本民俗学は民俗社会における〈噂〉を〈世間話〉と名付け、伝説、昔話と並ぶ口承文芸の一ジャンルとして位置づけ、その研究対象に加えてきた。柳田民俗学の出発点である『遠野物語』に収録された話の大半は、フィクションとして伝承されている昔話ではなく、その時代に比較的近い時間内に起こった事実譚の類、すなわち〈世間話〉なのである。

柳田國男自身は、短い論文を除くと積極的な〈世間話〉生成のメカニズムについての理論化を敢えて行なわなかったが（民俗学がその体系を整えていくプロセスで、『遠野物語』的な〈世間話〉はあまりに不定型な〈話〉であり対象としにくかったようだ）、近年、民俗学内部の一定の成果としては戸塚ひろみらの研究がある。戸塚は「世間話の一考察——富山県宇奈月町の事象」（『昔話伝説研究』第五号）で、ある村に流布していた「三年前蔵取りに行つて猪に化かされて死んだ人がいる」という噂話の背後に、「村落共同体内の物事に対する処理方法やその規準」を見てとろうとする。すなわち、まず変死者が出たことで〈ムラ〉の安定した秩序の中に異常が生じる。変死事件という〈異物〉が日常の中に侵入し、秩序がおよびかされたわけである。〈ムラ〉は再び日常の安定をとり戻すためこの事件を「処理」しなくてはいけなくなる。そのために村の中で民俗知識を豊富に持った者がその知識に照らしあわせて、変死者は「猪に化かされ死んだ」と判断する。「猪は人を化かす」という民俗知識を変死と結びつけることで、〈事件〉という異常事態は村落共同体の人々にとって理解可能な情報となる。つまりは〈ムラ〉の秩序に組み込まれ安定が回復される。〈世間話〉の生成のメカニズムは、村落共同体が〈異物〉の侵入という事態に直面した時、これを解毒する防衛のメカニズムと一致する、と戸塚は考えたのである。

このように異物処理のメカニズムと〈世間話〉を結びつける発想は、小松和彦『異人論』(青土社)にも色濃くみてとれる。小松は同書で「異人殺し」の説話の生成のプロセスを多方面にわたって分析している。その中で興味深いのは、旅の六部を殺して金品を奪うことで特定の家が栄え、あるいは、しかし今は没落しているという「異人殺し」の説話が、村落共同対内に起きた〈異常〉を処理するために生まれたものであるとしている点だ。「村内に急速に金持ちになったり、金持ちの家が急速に没落したり」するという〈異常〉な出来事が起こった時、それを「六部を殺して金を奪ったから」「しかしその六部の呪いで没落した」と物語化して説明することで、村の民俗知識の体系に組み込み処理した。その結果生じたのが「異人殺し」の説話群だという。

たしかに共同体の安全装置として〈異常〉を察知し、これにまとりついて無害化するという、いわば人体内の抗体に相当するメカニズムが民俗社会に存在し、それが結果として〈噂話〉を生み出している、という仮説は、民俗社会における〈世間話〉を分析するには有効な視点であろう。さらにつけ加えるなら、無害化できないほどの大きな〈異常〉は、〈噂〉をまとりつかされたあぶく村の外に追放されるのであろう。

それでは、この何年か子供たちの間に流布した〈噂〉をこのメカニズムで説明できるの

だろうか。後述するが、正確に言えば安定装置的なメカニズムに従って生成した〈噂〉も子供たちの中には流布している。しかし例えば「ドラえもん」「サザエさん」をめぐる〈噂〉に典型的に見てとれるように、これらの〈噂〉には物語化の前提となる〈異常〉ないしは〈異物〉が存在しない。「サザエさん」の映像の中に何か異常な描写があり、それであるような〈噂〉が生まれたわけではないのだ。そもそも〈噂〉の対象となった「サザエさん」「ドラえもん」とも、極めて安定して不変とさえいえる強固な日常を作品世界内部に作りあげている。「サザエさん」一家の住む世界では、それこそ〈殺人〉や〈家の没落〉といった事件は一切起こらず、昨日と同じ今日を安心して無限に反復していくことができる。「サザエさん」も「ドラえもん」も、民俗社会の人々が願ってやまなかった安定した日常の永続という理想的生活を、一種のシミュレーションとしてメディアの中に結実させたものなのだ、ともいえよう。それが両者がともに、今日の消費社会において例外的な長寿番組となりえている原因なのだ。〈異常〉の起こらない〈サザエさん世界〉では、戸塚理論に従うと、噂話は生成しないことになる。

だが、今、ぼくたちが問題にしている子供たちの作り出した〈噂〉は、むしろ、「サザエさん」世界に何も起こらないことを〈異常〉と察知しているかのようにも思える。「サザエ

さん」一家は何年たっても歳もとらず、子供は子供のまま、大人は大人のまま永遠にあり続ける。考えてみればこれは異常なことなのだ。日常の安定を絶対的に保証する唯一の手段は、誰も歳をとらないことで〈死〉や〈変化〉そのものを遠去けることである。現実にはそんなことは不可能だが、コミックやアニメになら可能だ。「サザエさん」の中では四季はめぐっていきが、彼らは歳をとらない。つまり彼らの四季は閉じた円環の上に配置されているのである。〈噂〉はこのような極度に安定した「サザエさん」「ドラえもん」世界の秩序に対し投げつけられたものであったといえる。つまり〈噂〉そのものが〈異物〉としてシステムの中に侵入し、これを破壊しようとしているのだ。〈噂〉をコミュニケーションした子供たちは、〈噂〉によって秩序の碇びが修正されるのではなく、むしろ〈噂〉によって秩序が解体することを望んでいたのだといえよう。少女歌手の幽霊も聖老人の危篤の報も、安定したシステムの象徴であるTVというメディアのすき間に侵入し、これを解体するために機能している。大雑把な言い方をしてしまえば、民俗社会においては、〈噂〉とは秩序化の装置だったが、今ぼくたちが目の前にしているいくつかの〈噂〉は、むしろ秩序をカオス化するための装置として子供たちの一部によって作り出されたものなのだとはいえる。ここには、今日のシステムの社会、均質化した都市空間に対し何らかの違和感を抱き、こ

れを破壊しようという子供たちの衝動がみてとれる。一九八九年三月一八日夜、フジテレビの画像が二五分にわたって乱れた事件があつたが、この時のまっ黒な画面は実に一六・九%の視聴率をあげた。システムの破綻がTVという巨大メディアで〈商品〉たりえたことは、〈噂〉が求められている社会と表裏一体の関係にある。

このような〈噂〉は、それではどこからもたらされたのか。つきつめていけば誰か言い出した張本人を発見することができるのかもしれないが、それを探すことは当然無意味である。むしろ少女歌手の幽霊の噂話に見られるように、〈噂〉はすべて〈メディア〉の背後から私たちに向かつて発信されているかの印象があることの方がはるかに重要である。〈メディア〉の背後には当然誰も存在しない（〈メディア〉の製作者たちは〈メディア〉の一部分を構成する要素でしかない）。その誰もいない時空から〈噂〉が届けられ、〈メディア〉をつき破つて私たちの前に現われる。〈噂〉がつねに〈死〉をメッセージとして含んでいたのは、この〈噂〉が、私たちの日常の外部から届けられた物語だからである。

自分たちの日常の彼方^{かなた}に〈外部〉を見出すという思考は、民俗文化では極めて普通の感覚だった。死者の魂が帰り、再びこの世に生まれ出るまでの期間をすごす場所として、日本人は生活空間と隣りあわせにさまざまな〈異界〉を用意した。それは〈山〉であつたり

〈海の彼方の地〉であつたりしたが、人々はマツリを通じてその地の死者たちと定期的に交流していた。例えばこのような異郷を、沖縄では〈ニライカナイ〉と呼んだが、近代社会はすべて〈ニライカナイ〉的な異郷を葬り去っていくことで成立した。日本中に無数にあった祖霊の帰還する〈山〉は二万五千分の一の地図に等高線で表現される単なる地形として記述された。海の向こうには、ただ単に外国が存在し、いつでもそこに行けるようになった。ありとあらゆる空間が細部にわたって記述されることで、もはや〈異界〉が存在する空白がなくなつてしまつたのである。

ところが近代社会の終わりがぼちぼちと論議されるなか、子供たちの中に目に見えない〈異界〉を感知し、これと交信しようと試みる者たちが再び出現しつつあることは興味深い。一九八八年、東京都世田谷区の中学校の校庭に机で巨大な「9」の字を描いた少年たちは、これが「宇宙人へのメッセージ」であつたと自供している。それがいかなるメッセージなのかはよくには解読のしようがないが、彼らのメッセージが虚空に向けて発信されていることはひどく重要である。彼らは人ではなく虚空とコミュニケーションしているのだ。

同様のコミュニケーションは、伝言ダイヤルや混線電話という少女たちの電話を使った遊びにも見てとれる。彼女たちは特定の誰かに話しかけているのではない。電話のネット

ワークそのものに対し話しかけ、そのネットワークを代表して〈誰か〉が彼女に応えるのである。伝言ダイヤルにふき込まれた無数のメッセージは、本当はどこにも存在しない誰か（すなわち虚空）に向けて呼びかけられたものののだ。

〈死〉をめぐる〈噂〉の正体は、どうやら〈システム〉の向こう側にある新しい〈ニライカナイ〉からのメッセージのようである。同時にこの〈ニライカナイ〉に向けて「9の字」少年たちのようにメッセージを返そうとする子供たちがいる。このように〈ニライカナイ〉との交流願望こそが〈噂〉を欲した子供たちの心の中には存在したようだ。

いわゆる新宗教、新新宗教のカリスマたちは「ドラえもん」の〈噂〉を異界から受けた子供たちのように、天界からのメッセージを受け取る能力を持ち、それ故、生き神になった人々である。したがって〈死〉をめぐる噂を考えていくと行きつかざるを得ないのは、宗教の問題である。「9の字」少年が虚空に向けたメッセージの受信者は結局、神以外にありえない。

しかし、その一方で〈死〉をめぐる噂を呼び込みながら、同時にそれが〈ニライカナイ〉からの通信であることを本能的に察知し、おびえる少年たちも多数いる。彼らにとつては〈噂〉は彼らの安定したシステムに侵入したノイズであり、これをなんとか無害化しなければ

ばいけないと考える。ここであつての民俗社会的な安全装置が作動する。すなわち〈噂〉に対する抗体作用が現われる。

その一つが、〈笑い話化〉である。アイドル雑誌の一つ『投稿写真』には、「5W1H」なる読者投稿によるアイドル関係の〈噂〉を掲載するコーナーがある。ここに見られる典型的な〈噂〉の一つは、売れなくなったアイドル、「いわれてみれば昔いたよな」というマイナータレントが実は死んでしまったというタイプのものである。これらの噂は大半が事実ではなく、「あの人いなくなったと思つたら死んでたんだって」という噂はすぐさま、「死んだって噂だったけど単に売れなくなつて姿消しただけなんだって」という形に変化し、ギャグへと反転することを期待して語られたものである。最近ではいかにマイナーなタレントを「殺す」かを競いあう傾向さえ出てきており、〈死〉をめぐる噂を〈ギャグ〉にすることで、なんとか冗談やギャグによつてのみ成り立っている彼らのひ弱な「秩序」に組み込もうとしている少年たちの姿がはつきりと見てとれる。

子供たちが電話を通じて、あるいはマニア同士で大人たちの目に見えない共同体、ネットワークを作り出していることは誰もが気づきはじめている。〈死〉をめぐる噂はこのネットワークを通じて広がるが、同時にこのネットワークに組み込まれることで急速に〈ギャ

「グ化」し消費される。彼らは他方で〈ニライカナイ〉とのアクセスを望みながら実際には、〈同類〉のみからなる極めて均質なコミュニケーションの共同体を作りあげ、これにアクセスすることでその代償としている。パソコンネットワーク、コミック同人誌、アイドルマニアといったいわゆる〈おたく〉と呼ばれる少年たちは、このような見えない共同体の構成員である。年長者の少年ほど〈死〉の噂を本能的に恐怖し、彼らのネットワークを使ってこれを解体しようという傾向にあることは、ここで指摘しておこう。

ぼくたちが今生きている現実というものが極めて弱体化していることは、誰もが気がついていることだと思う。〈異界〉とのアクセスなしでは日常は衰弱してしまう。かつてはTVを始めとするメディアにアクセスすることで、ぼくたちは擬似的な〈異界〉とコミュニケーションしていたともいえるのだが、そのメディアさえ「サザエさん」に象徴されるように疲弊した日常と化しつつある。したがって再びぼくたちは新たな〈異界〉を探し出し、これとアクセスしなければならぬ。その時、考えられるのは、次の三つの方法である。

一つは再びメディアが新しいより魅力的な〈異界〉を創出することを待つこと。「ビックリマンチョココレート」がそういう消費者のニーズに基づいてコミュニケーションの〈異界〉を作り上げ、これとアクセスさせることでセールスに成功したことは、前章に述べた。「ビ

ツクリマン」にアクセスする手段として、シールの裏面の〈噂〉を活用した点も極めて巧妙だったといえる。

二つ目は、メディアの受信者たちが自前のメディアを作り出し、そこにTVなどのメディアがかつてはたしていた異界の代償という役割を担わせることである。これは、先に触れた〈異物〉としての〈噂〉を無害化するシステムを持ったネットワークと同じものである。TVや週刊誌が人の死やさまざまな事件を〈ニュース〉として送り出し受信者が消費することで成り立っていたように、今度は自分たちで〈ニュース〉を作り出し自分たちで消費しなくてはならなくなる。ここに今まで見てきた秩序回復のための〈噂〉、異界とのアクセスのための〈噂〉とは異なる第三の〈噂〉の形が出現する。すなわち、消費のために作られ、そして実際に消費されていく〈噂〉である。この第三の〈噂〉は擬似的には、「異界とアクセスする噂」を装っていることが多い。例えば「アイドルの世界」という〈異界〉をめぐる噂（例えばある少女アイドルはある少年アイドルと性的関係にある、といった既成のメディアでは流通しないで、なおかつこの〈異界〉の「真相」を伝えていると受けとめられるもの）の形をとる。また先に見たように〈死〉をめぐる噂も無害化され、消費に適したソフトなものに組みかえられ、この私的メディアの中で提供される。実際、いわゆる〈おたく〉カ

ルチャールの少年たちと接すると、そこで流通する〈噂〉の量にはへきえきする。

残る三つ目の方法は〈宗教〉である。既成のメディアにも私製のメディアにも擬似的な異界しか期待できない以上、〈ニライカナイ〉とのアクセスを願うものは〈宗教〉という手段を用いることになる。ここに最近の新たな宗教ブームの一つの背景が見てとれるのだが、このようなニーズに対して、既成の宗教、特に教団形式のものはあまり応えられそうもない。図5は、教団形式の宗教と「ビックリマン」のシステムの対比である。点線は幻想としてのアクセスの回路で、この回路を通じて個人は神界と対話している。これは「ビックリマン」でも同じで、子供はイメージの上では〈大きな物語〉とアクセスしている。しかし「ビックリマン」において直接のコミュニケーションは、〈シール〉を買い、その対価をメーカーに払っているだけである（実線部分）。

「ビックリマン」はいわば遊びでありゲームであるから、消費者である子供はこれで不満を持たない。既成の教団もまた、信者は寄付なり御布施の形で〈神〉に金銭でアクセスしようとし、〈神〉はその回答としてさまざまな〈モノ〉を信者に送りつける。このようにさまざまな経済活動としてみるかぎり、「ビックリマン」と既成宗教の間に差異はない。だが消費者は、「ビックリマン」のからくりを熟知しつつこれに関与している。既成の教団はこ

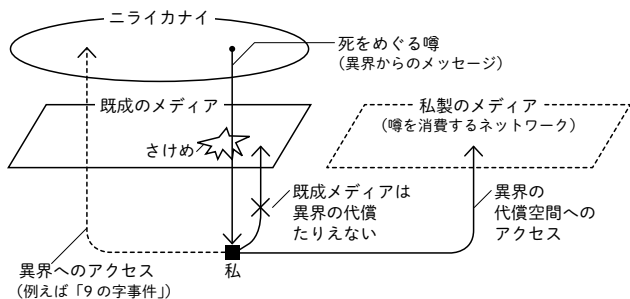


図4 〈噂〉の生成＝消費のメカニズム

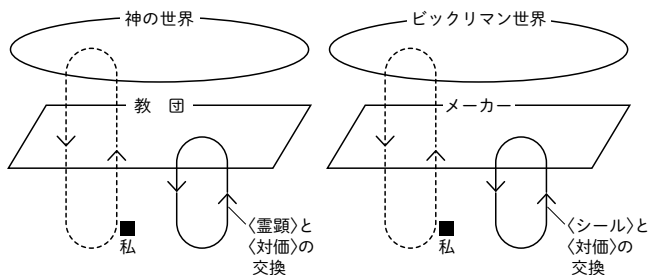


図5 宗教団体と「ビックリマンチョコレート」の対比
 [点線は幻想のコミュニケーション回路。実線は実体としての経済活動]

のようなからくりを信者に明示しつつ、なお「ビックリマン」以上に魅力的な〈異界〉を提示できるかどうか疑問である。むろんそれが可能なら、〈宗教〉は「ビックリマン」的ビジネスとして蘇生することになるのだろうか。

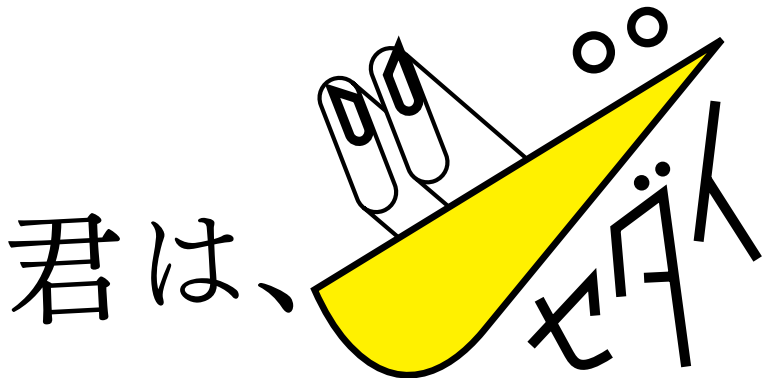
結局、特定の宗教の力にたよらず、異界からの〈死〉をめぐる噂を察知したり、虚空に「9」の字のメッセージを送り続けた少年がいたように、個人で自力で〈ニライカナイ〉とアクセスし、あるいはここに至ろうとする者たちが現われよう。

彼らは一人一人が自作自演の宗教を作り直し、自作自演の儀式をとり行なう。〈異界〉とアクセスする手段として、これが恐らく最も確実なのだろう。〈おまじないブーム〉において女の子たちが創作おまじないを作り出したのは、こういった自作自演の宗教作りであったと思われる。

ところで日本民俗学の創始者柳田國男は、『遠野物語』に描いた〈世間話〉の背後に〈異界〉を感知した最初の近代人だった。自叙伝で自分は神隠しにあいやすいタイプの子供だった、という意味のことを述べている彼は、長じてもおまじないブームの聲に耳をかたむけようとしていた。国家官僚として近代というシステムの体系の中核にいた柳田は、しかし皇室行事に参列しながら遠くの方山あいに立ちのぼる山窩の人々のたき火の煙に意識がいつ

しまう人であった。柳田は『遠野物語』のなかで、気がふれて山に駆け入った女人の話に執着し、やがて「山の人生」「山人考」といった初期の著作で、幻の山人社会を夢想する。狂女たちは〈山〉という異界からのメッセージを聞いたのである。彼は、山人とは日本の先住民の末裔であると考え、〈この山人の血〉を山に駆け入る狂女の中に、そして自らの中に強く感じとっていた。柳田にとつての〈ニライカナイ〉とはこの山人社会に象徴されていたといえるが、やがて柳田自身が〈山人〉を捨て去ることで、〈常民〉の民俗学を体系化する道を選択する。しかし晩年は、再び「海上の道」で海の方にかつて祖先たちが海を渡ってきた足跡をさがそうと熱望してやまなかった。柳田は生涯、〈異界〉に憑かれ、しかもそこには決して至ることのできなかつた人なのだ。

柳田の中にぼくたちは、〈噂〉に異界への回路を希求する近代の終わりを生きる子供の原像を見つけ出すことが出来る。彼らは、彼らの求める〈異界〉に至ることができるのだらうか。



何と闘うか？
<https://ji-sedai.jp>

「ジセダイ」は、20代以下の若者に向けた、
行動機会提案サイトです。読む→考える→行
動する。このサイクルを、困難な時代にあっ
ても前向きに自分の人生を切り開いていこう
とする次世代の人間に向けて提供し続けます。

メインコンテンツ

ジセダイイベント

著者に会える、同世代と話せるイベントを毎月
開催中！ 行動機会提案サイトの真骨頂です！

ジセダイ総研

若手専門家による、事実に基いた、論点の明確な読み物を。
「議論の始点」を供給するシンクタンク設立！

星海社新書試し読み

既刊・新刊を含む、
すべての星海社新書が試し読み可能！

マーカー部分をクリックして、「ジセダイ」をチェック!!!

行動せよ!!!