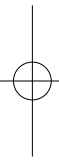




文学からみた アメリカン・ポップ・カルチャー American Pop Culture from the Literary Viewpoint

青山南
AOYAMA Minami



そもそもどういう話をしたらいいか、お話をいただいた時からずっと悩んでいたんですが、なぜ悩んでいたかという、まずアメリカン・ポップ・カルチャーという言葉ですが、これは一体何なんだということです。アメリカン・ポップ・カルチャーとは結構言うし、それ自体非常に響きがいい。立教大学アメリカ研究所は今回を第一回として、これから数回いろいろな方にお話をいただくことになっていて、共通のテーマが「アメリカン・ポップ・カルチャー」というものですが、そのアメリカン・ポップ・カルチャーとは一体何なのかというのが良く分からないというのが正直なところあります。皆さんも非常に曖昧な形でその辺は認識しているのではないかと思います。とりあえず分かっていることは、まず映画とか、漫画とか、音楽とか、そういったいわゆる「ポピュラー・カルチャー」です。「ポップ (pop)」は「ポピュラー (popular)」から来ているので、そのポピュラー・カルチャー、普通の日本語にすると大衆文化というやつですが、そういうものがアメリカン・ポップ・カルチャーというものには入るだろうということです。たぶん皆様の頭の中でまず浮かぶのはそういうものではないかと思えます。ハリウッド映画とか、ディズニelandとか、その他そういうエンターテインメントに近いものです。

そうなんですが、それはポピュラー・カルチャーと普通に言っています。大衆文化とって、ポピュラー・カルチャーという言葉としてあるんです。そうするとアメリカン・ポップ・カルチャーというのは、また別なニュア

ンスがあるんじゃないかなとちょっと考えました。これは決して和製英語ではないですが、アメリカン・ポップ・カルチャーとは一体どういうものなのか、きつともっと広い意味があるんじゃないかと思って、それでいろいろ考えていたときに思い当たったのは、アメリカという国は非常に歴史の浅い国で、世界に誇れる文化があまりない国です。世界に誇れる文化というのは、実は消費文化しかないんじゃないか、モノを消費するコンシューマー・カルチャー（consumer culture）という言葉は、アメリカに関してのみ出てきたものですが、つまりアメリカン・ポップ・カルチャーというのはコンシューマー・カルチャー（消費文化）全般を含んでいるんじゃないかというふうに思ったんです。消費文化とは映画とか、漫画とか、音楽とか、つまりどんどん聴き流して忘れていく、漫画も読み飛ばしていく、映画も観てどんどん次の新作を待つという、そういう風にどんどん消費していくというものです。鑑賞するとか、じっくり考えるとかよりも、とにかく次々と消費していく、そういう文化をせっせと作ってきたのがアメリカであって、それを強引に消費文化としたのがアメリカ文化ではないかと思って、どうもコンシューマー・カルチャー全般を含んだことを入れたのがアメリカン・ポップ・カルチャーではないかと思いました。

ポップ・アートの出現

そう推理してしまったのには、広い意味での芸術一般とアメリカン・ポップ・カルチャーというものを考えて、いろいろ頭を引っ掻き回すとまず浮かんでくる概念とは、ひょっとすると多くの方は聞いたことがあるんじゃないかと思いますが、美術の世界にポップ・アートというのがあります。まず頭に浮かんでくるのはそれです。皆さんはポップ・アートというと一番有名なアンディ・ウォーホール（Andy Warhole）を思い出して、ウォーホールのキャンベルのスープ缶等が良く知られているのでご存知かもしれませんが、美術の分野で一つのジャンルにもなって、これもポップ・アートという一つのジャンルが出来ているわけです。そのポップ・アートというのは1950年代のアメリカで花開いたものです。これからちょっと映像で

お見せしますが、それこそさっき言いました映画や漫画や音楽をはじめとする大衆文化、ポピュラー・カルチャーといったものを自分たちの作品の素材にしたり、それだけではなくて、スーパーマーケットの商品や、広告のネオンサインを含めたいろいろな広告板ですね、アメリカ中にいろいろ氾濫しています。街をちょっと歩けば、うんざりするくらい広告板があります。日本は東京がもうアメリカを追い越しちゃったので、ちょっと渋谷、池袋あたりの繁華街に行くと目が回るくらいですけど、そもそもアメリカから始まったものでした。それとその他アメリカのあちこちに出回っている大量生産品です。大量生産品というのは消費することを前提として作られている、次から次へと使ってもらうためのものです。そういう消費文明の産物をすべて使って、それを作品にしたのが美術の世界のポップ・カルチャーというものです。

そのいくつかをお見せしますが、ご存知の方は今さらという感じもすると思いますが、結構名前だけ聞いて見たことがないというのがあると思うので、今こういうのが非常に簡単にインターネットで画像が見られるようになっています。場合によってはそれを商品として売ろうという魂胆があるわけですが、そうでなくても美術館とかいろんなサイトで見るができますので、まず最初にロイ・リキテンシュタイン (Roy Lichtenstein) という人を紹介します。この人は漫画からヒントを得て作った作品です。これを初めて見たときには、わあすごいついて思いました。多分皆様方も知っている人は何てことないかもしれませんが、初めて見ると「えっ」という感じがすると思います。それをちょっと最初にお見せしたいと思います。

いろいろポップ・アーティストの名前が出ていますが、ロイ・リキテンシュタインというのはこれです。これは実際にあった漫画をちょっとコラージュして、そこからヒントを得て作ってしまう、そういうものがあります。他にも、これもリキテンシュタインの中でも非常に有名な絵で、漫画の一部をぐっと大きくクローズアップして、下の点まで見えるような形



Vicki
(Roy Lichtenstein, 1964)

にする。こんなことやったのはこの人しかいないんですけど、こういう方法でやってます。次の作品。これは漫画的なものを流用して作ったものです。これが堂々とした美術品として登場した1950年代にそのことを彼がやった、それがまず一つです。これは実際にあった漫画を引っ張って切り抜いてきて、それを加工してやってしまうという、「そんなのありか!」という感じなんですけど、そういうことをやってみせた。さすがにこれを真似ている人はいないんですけど、今サンフランシスコあたりで大規模な回顧展をやっています。1950年代に登場したものです。これは先ほど言いましたポピュラー・カルチャーである漫画ですね、だいたい普通に出回っている漫画を利用して、それを素材にして作品を作ってしまう。何か頭をひねるまでもなく、目の前にあるものを使ってしまう。

それからウォーホールを出す前にもう一人の例として、ジャスパー・ジョーンズ (Jasper Johns) という画家の作品をお見せします。この人もポップ・アートの一人として重要な人物です。まず一番分かりやすいのでいいますと、いろいろな作品をやっているんですけど、これはビール、厳密に言いますとエールですが、ビールの缶を忠実に描いたものです。ちょっとブロンズ風にしてということで 'Painted Bronze' とタイトルがついてるんですけど、これは実際にあるビール缶です。名画中の名画と言われてます。次に、この人はアメリカの国旗をいくつも描いていますが、そのうちのひとつです。これは 'Flag' とそのものずばり、1950年代の半ばの作品です。なぜこれがポピュラー・カルチャーなのかと思われる方がいらっしゃるかもしれませんが、アメリカという国はそこら中にアメリカ国旗が立ってい



Painted Bronze
(Jasper Johns, 1960)



Flag
(Jasper Johns, 1954-55)

る国です。それはちょっとでも旅行なさって注意してあちらこちらを歩いてみますと、ちょっと上空というか中空を眺めながら歩いてみれば分かりますが、そこら中にアメリカ国旗が立っています。つまりそうやって常にアメリカ人であることを認識させるからという、もっともらしい理由がついてはいるんですが、何かというと立っています。つまりアメリカの国旗というのは、アメリカという国への愛国心を何とかというよりもまず、一種の大量生産品のようなものです。常にそこいらにはたはたと舞っている。ですから多くの人たちがアメリカの国旗を素材として、ジャスパー・ジョーンズ以外もやっていますが、それだけ非常に目に付く。これも僕はアメリカン・ポップ・カルチャーの一つではないかと思えます。

これもジャスパー・ジョーンズのもう一つの作品ですが、これは商品広告として出てるんですけど、これもやっぱりアメリカの国旗を素材にしたものです。これは‘Three Flags’というタイトルになっていますけれども、アメリカ国旗を三つ使ってというものです。つまりこういう風に使って作品にしているわけです。これは名画中の名画です。

そしてご存知のアンディ・ウォーホールは、いかに彼が大衆文化及び広告等からヒントを得ているかの例としてお見せします。先ほどちょっとお話ししましたキャンベルのスープ缶というのはこれですが、実際にあるキャンベルのスープ缶をそのまま描いたものです。そしてキャンベルのスープ缶をいろいろな形で描いているんですけど、まったくその通りのものを真似して描いたんです。それから彼がいかにアメリカの大衆文化、広い意味での消費文化に興味をもっていたかと、例えば有名な女優のマリリン・



Campbell's Soup 1
(Andy Warhole, 1968)



Marilyn
(Andy Warhole, 1964)

モンロー (Marilyn Monroe) です。これは有名です。その写真を加工しただけ。大統領も消費文化と言ってしまっただけでは悪いけれども、それはとりあえずおいておいて、これがスーパーマンです。スーパーマンの画像もちょっと加工しただけという、それで作品にしてしまう、そういう風なところがあります。この辺はもうほとんど商品広告としてそのまま使っています。これはこういう商品があるわけです。時間がかかるので全部お見せできないのが残念です。

ロイ・リキテンシュタインは漫画からヒントをもらって作り、それからジャスパー・ジョーンズはビール缶から、あるいは日常目になっているアメリカの国旗あたりからヒントを得て作品を作ってしまった。一見何の工夫もない。それからウォーホールに至っては、写真そのものをコラージュしたり、うまく着色したりして、芸術作品として提出しているということです。こういうものがポップ・アートというものです。ご存知の方もいらっしゃるでしょうが、初めてご覧になった方は、「何だこれは」ということですが、これが世界から注目されたアメリカの代表的な美術の一つになっています。これは先ほどもちょっとお話したとおり、1950年代にアメリカから生まれました。

ポップ・カルチャーが始まる 1950年代

1950年代に何でそういうようなものが登場したかという話に行きたいと思いますが、この理由は簡単で、1950年代というのはアメリカで本格的な大量生産が始まった時期です。1950年代は第二次世界大戦が終わった後ですが、アメリカはいわゆるアメ車をはじめとして、豊かなアメリカ文化を世界に誇示するような形で出てきています。今はもうブームとして出ているミッド・センチュリーとかいったいろいろなデザインのもものは、全部1950年代のもので、さっきアメリカで花開いたと言ったのですが、もともと美術史的にいうと、実はイギリスの方から始まったと美術史家の方々はおっしゃいます。ですがその美術史の方々も一様に口を揃えていうことは、イギリスで始まったけれども、アメリカにおいて一気に花開いたとい

う説です。どうしてかという、それはアメリカで消費文明が、コンシューマー・カルチャーが、一気に台頭しました。どんな風に台頭したかという、まず今や日本でもそこら中にありますし、北京にも出てきて中国にありますが、マクドナルドが誕生したのが1950年代のことです。それから日本にもありますけれども、いわゆるモーターの先駆けとなった「ホリデー・イン」というモーター・チェーンが登場したのも1950年代です。それから今ではちょっと落ち目になっていますけれども、女性のヌード写真が真ん中に入っていて、それで男の格好良いスタイルを何だかんだと教えてくれる雑誌として登場した『プレイボーイ』が創刊されたのも1950年代です。それからテレビがものすごい娯楽になって、それでそのテレビの前から離れたくない人たちがたくさん出てくるものですから、電子レンジでチンしてボンというテレビ・ディナーという名前がついたインスタント食品のようなものが登場したのも1950年代です。そしてそれから何よりも本格的にスーパーマーケットが登場したのは1950年代です。

今ここに本を持ってきましたけれども、1950年代にどんなことがあったか。我々が考えている以上に我々の今生きている時代の原点は1950年代にあると言っていいんですが、1950年代のことを書いた『ザ・フィフティーズ』(The Fifties、1993)という上下巻のうち下巻だけを持ってきました。今は新潮OH!文庫で安く手に入るようになっていますが、この『ザ・フィフティーズ』というのを書いたのがデイヴィッド・ハルバースタム(David Halberstam)という非常にすばらしいジャーナリストです。その人が1950年代に何が起こったかをいろいろ書いて、全部項目別にやっていて目次をざっと見ただけでもすごいんですが、例えば歌の世界ではエルヴィス・プレスリー(Elvis Presley)が登場する。エルヴィス・プレスリーが登場したということは、音楽がお好きな方がたくさんいらっしゃると思うのでだいたい察しがつくと思いますけど、そこからロックンロールへ向かって音楽の世界が新しく変わりつつあるという、その先駆けとして出てきたわけです。それからコマーシャルというもので人気者が注目されるようになったのもこの時期だというふうに書いています。それからさっき言ったマクドナルド、ホリデー・イン、『プレイボーイ』、テレビ・ディナー、スーパーマー

ケットが全部現れたのもこの時期です。それからアメリカでいうとソープ・オペラという、テレビで連続昼メロとしてやっているものです。これはいつまでたっても終わらなくて話を続けるために10年も20年もやっている、そういう連続メロドラマです。そういうものが始まったのも、50年代です。それから建売住宅が一気に作られて、日本のニュータウンというのは大きな建物になりますが、もっと小さな一戸建てをたくさん作ったニュータウンというのが登場したのが1950年代です。

つまり現在の世界の文化、世界の消費文化の根底を作ったのが1950年代なんです。今なおずっとそれを引きずっているわけですけど、そういう風に1950年代に消費文化というのがどっと現れて、実はこれがつまりアメリカン・ポップ・カルチャーの始まりだったのではないかと僕は思いました。ですからアメリカン・ポップ・カルチャーというのは、このとんでもないものが、今で言うところのアメリカ的なものが次々と登場した1950年代を開始の時期と見るのが正しいのではないかと考えています。

もちろん遡っていろいろ考えることも出来ますが、これだけ大量に大量生産の品が、マクドナルドも大量製品、ホリデー・インだってチェーン店ですから、チェーン店という発想は大量消費ですし、テレビ・ディナーのようなジャンク・フードのスタートも全部この時期に当たるということですから芸術家、アーティストたちにとっては、まずは驚きの面と感動で、これはすごいという風なことがあったと思います。ですから思わず何か自分が芸術作品を作るよりも先に勝手にいろいろな商品が出てきてしまうので、「まあいいか、もらっちゃえ」みたいな感じでやってっただんじやないかと思っています。そういう意味で1950年代がアメリカン・ポップ・カルチャーの始まりだと思っています。ですから世界がアメリカの文化を認識してからおよそ50年経ったということになるんじゃないかと思っています。

ポップ・カルチャーと対決する文学

こういう風に考えて、今までのところは美術の話でしたけれども、一応本日の「文学からみたアメリカン・ポップ・カルチャー」に少しでも近づ

かなくてはいけないので、何とか近づきたいと思いますが、こういう風に考えるとアメリカン・ポップ・カルチャーが1950年代から始まったという風にとりあえず決めてしまうと、文学がアメリカン・ポップ・カルチャーと関係する可能性があるのはやはり1950年代以降ということにならざるを得ない。そうするとまず筆頭に挙がってくる作家というのは、ノーマン・メイラー (Norman Mailer) という作家だと思います。あなたたちもアメリカ文学の歴史でちょっと習ったかもしれませんが、この人は今でこそかなりのおじいさんになってしまいましたが、1950年代に登場しました。それはもう颯爽とした登場でした。1950年代にはマーロン・ブランド (Marlon Brando) とかジェームズ・ディーン (James Dean) とか非常にカッコいい若者たちがたくさん登場した時代ということになっているんですが、そういう中の一人として文学の世界から現れた非常にカッコいい人として、当時の写真を見るとゾクゾクとするくらいカッコいい男として登場しました。50年代に登場して、60年代、70年代と非常に精力的に活動を続けた人です。この人は一貫して小説の世界ではいろいろな形の小説をやりましたが、エッセイとか評論とか、それからいろいろな発言も含めて、そちらの方の分野で非常に積極的にアメリカン・ポップ・カルチャーと対決した作家でした。彼が1950年代の末に、デビューして間もない頃に出した本の中に代表的な本があるんですが、これは小説ではなくて、*Advertisement for Myself* (1959) というものです。これはそのまま訳しますと、『僕自身のための広告』というタイトルで、日本でも昔翻訳が出ました。*Advertisement for Myself* という何気ないタイトルですけど、こんな新鮮なタイトルは当時なかったと思います。つまり文学者が広告という言葉を自分の本の前にドンともってきたということに多くの人たちが驚きました。これは世界中の作家が驚きました。一番驚いたのは日本で当時からずっとアメリカ文学をウォッチングしていた大江健三郎という作家ですけど、大江健三郎はその本に大変なショックを受けて、今では古本屋にしかないかもしれませんが、大江健三郎が最初に出したエッセイ集というのは『厳肅な綱渡り』というこういう分厚い本なんですけど、それはノーマン・メイラーの *Advertisement for Myself* とほとんど作りは同じ、もちろん中身は違いますけど、作りは同じです。どう

いう作りかという、つまり短編小説とか、中編小説とか、それからエッセイとかインタビューとか、そういったものを雑誌のようにごちゃごちゃ詰め込んだものだったんです。今でこそそういうものはそこら中に氾濫していて、今はむしろそういう本しかないといってもいいくらいになってますけど、そういうものは昔は本には絶対ならなかったんです。そんなものを本にするのは失礼であると、本というのはそんなものではないという意識がありましたから、そんなごちゃごちゃしたものなんか、一冊の本にまとめるものではない。ところがそういうものから全部一冊の本にまとめて、しかもそれに対して *Advertisement for Myself* という自己主張満々の本として当時は注目を浴びましたが、それ以上に今振り返ってアメリカン・ポップ・カルチャーとの関連で見ると、「アドヴァータイズメント」というタイトルを使ったこと自体に彼の非常に挑戦的な態度を見るべきでしょう。つまりアメリカのカルチャーというのは広告なんだということを彼はいち早く認識したんじゃないかと思います。ですから彼はその後もずっとエッセイ、評論の分野、ノンフィクションの分野にかなり乗り出していきますけれども、その方の分野では広い意味でのアメリカン・ポップ・カルチャーにいろいろな形で関わっていきます。アポロ計画という宇宙計画についての本を書いたのも彼です。世界中からテレビで注目を浴びているようなものは間違いなく彼から見ればポップ・カルチャー以外の何物でもなかったもので、そういったものには必ず好奇心を示していく。それを50年代から始めまして、60年代、70年代とやっていったという、その意欲というか心意気というか持続力というのは、大変なものがあります。ノーマン・メイラーというのは美術の世界のポップ・アーティストがアメリカの消費文化に対してどういう風に対決したかということに対して、彼は文学者としてはこういう風に対決してやろうということの表明だったように思います。

もう一人、アメリカン・ポップ・カルチャーを扱った作家として重要な作家がいます。これもやはり大江健三郎さんはアメリカ文学のウォッチャーでしたから、1950年代60年代のアメリカ文学というのはまだまだ新しい文学で、だいたいアメリカに文学なんてあるのか、と言われていた時代だったんです。そのときに何か面白そうだということで、大江健三郎さんと

いうのは世界文学の面白いところを探してくる名人ですから、その人が注目していたのがやはりアメリカで、一人がノーマン・メイラーでした。その次に1960年代に入って彼が注目したのがジョン・アップダイク (John Updike) という作家です。これは今でこそアメリカ文学をやっている人たちはアメリカ文学の重要な文学史に必ず出てくる名前なので、「ええっ」という感じがするかもしれません。ご存知の方もいらっしゃるかもしれませんが、大江健三郎さんが非常に注目を浴びた『個人的な体験』という小説があります。1964年に出た作品ですが、これはジョン・アップダイクの『走れウサギ』(Rabbit, Run) という1960年に出た作品を完全にパクったものだと言われています。パクったという言葉は当時なかったのでパクったということはないんですが、大変な刺激を受けた作品でした。『走れウサギ』という作品は「ラビット」というあだ名がついた男の話ですが、大江健三郎は自分の小説に「鳥」という、「バード」というあだ名がついた主人公をもってくる。それでウサギの方のアップダイクの話では、自分の奥さんを裏切って浮気みたいなことをだんながするという話で展開していくんですが、大江健三郎の方もやはり妊娠中の妻を放ったらかして「バード」というのが浮気する話で、ほとんど今、口の悪い批評家が言えば「パクリだ」というようなものを書いた。つまりそれだけ大江健三郎さんに影響を与えた作家なんですけど、ずっと20年くらい影響を与えていました。そのとき『個人的な体験』に影響を与えたウサギシリーズというジョン・アップダイクが書いた作品があります。実はこのジョン・アップダイクというのはウサギというあだ名の男がどういう風にアメリカの中で育っているか、アメリカの消費文化の中で育っているか、中産階級のちょっと上の人がいろいろと車のディーラーをやったり何だかんだと普通の生活を送っているんですが、その随所随所にアメリカの風俗がどんどん出てきます。ですから風俗小説の傑作と呼ばれているんですが、最初で舞台になるのが1959年です。それでウサギの「ラビット…」というタイトルで合計4冊書いています。その一番最後が1989年のラビットで最後は60歳くらいの年になっていますが、そこでも主人公がいろいろ不倫したり、ふらふらしたりという様子を描いています。合計4冊で通算すると1959年から1989年までの30年間、

消費文化というものを結果的に書いたこととなります。数年前にまとめて一冊の本にしましたがけれども、こういうようなことをやった作家ははまだアメリカでは彼一人です。基本的には何てことない話ですが、普通の生活の中でアメリカの消費文化の中で振り回されていく普通の中産階級よりもちょっと上の人の姿を書いているんです。

ですから私が考えているのは、1950年代に花開いたアメリカン・ポップ・カルチャーに対して、真剣に取り組んでいったのが二人いて、片方のノーマン・メイラーはかなり戦闘的に、挑発的に、基本的に「アメリカン・ポップ・カルチャー馬鹿野郎！」という感じがかかっていって、もう一方のアップダイクはアメリカン・ポップ・カルチャーの中で目がくらくらしてる状態に気がつかずにそこにどっぷりと浸かっている普通の人の生活を書いている。そういうものだったのではないかとと思っています。

もちろん他にもたくさんポップ・カルチャーと関わった文学者はいると思うんですが、とりあえず1980年代くらいまでは、アメリカン・ポップ・カルチャー、つまりは消費文化に関わって小説を書いた人というのはこの人たちが一番際立っているんじゃないかと思っています。ですからノーマン・メイラーあたりの『僕自身のための広告』をもし古本屋で見つけたら是非買ってみてください。「大したもんだなあ」「え、こんな本なの」とびっくりすると思います。情報のおもちゃ箱みたいにいろいろなのが入っている。アップダイクの作品もずっと通算して読みますと、いろいろしみじみアメリカの変化が分かる、そういうシステムです。それを10年に1冊出していたというその根気もすごいものです。そういうふうにして1950年代から本格的に始まったアメリカン・ポップ・カルチャーにまじめに、あるいは挑戦的に取り組んだ作家というとなの二人になるんじゃないかと思いません。

K マート・リアリズム

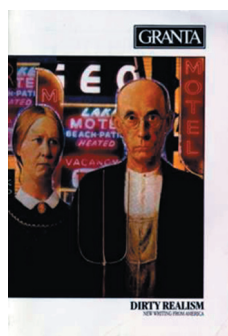
アメリカン・ポップ・カルチャーというのはそういう消費文化ですから、消費文化というのは、次々と消費していくわけです。それでお金を使わさ

れるわけです。そうするとそのうち、お金を持っている人はどんどん消費できますが、お金を持っていない人は消費できなくなる、あるいは安いものを買わざるを得なくなる。それでアメリカの社会も大きく変化をしました。アメリカは1980年代に入ってレーガン大統領が政権を長期にわたって8年間もやっておりました。そのときにアメリカで起きたことはどういうことかといいますと、今のアメリカと非常に似ていますが、貧富の差がかなり激しくなってきます。階級差が大きくなってきます。金を持っている人はどんどん金持ちになって、金を持っていない人たちは結構大変な目にあう。生活が苦しくなる。そういう経済政策をとったりしていたものですから、レーガノミックスなんて言葉もありますけど、1980年代にアメリカン・ポップ・カルチャーというものにたいして、圧倒的多数はそんなに金を持っていない人たちですから当然文学も関わり方が変わってきます。それで1980年代には新しい形で文学はアメリカン・ポップ・カルチャーに関わってきたと僕は考えました。

つまりそれはどういうふうな形で現われたかという、かなりどっと登場したんです。彼らのことをまとめて「K マート・リアリズム」と言われました。K マート・リアリズムを書く人たち。「K マートって何だ」と思うかもしれませんが、K マートというのは今つぶれちゃったんですが、西友の代わりになったウォルマートというのがありますが、ものすごい安売りのスーパーマーケットです。ウォルマートはK マートを追い越したんですが、K マートというのは1980年代に一世を風靡してアメリカに多くのチェーン店を誇ったものすごく安い品物でしょっちゅう安売りをやっているスーパーマーケットでした。そういうふうな名前をつけて、こいつらが書くものはK マート・リアリズムだ、ということを行ったんです。僕も翻訳をやっているトム・ウルフ (Tom Wolfe) という批評家がいる、この人は名前をつけることの名人ですが、例えば「ニュー・ジャーナリズム」なんて今は日本語にもなってますが、この言葉は彼が作った言葉です。彼は非常に貴族志向の強い人で、全身白いスーツで身を固めていつもカッコよく決めているという人で、非常にユーモアもある人ですが、貧乏人嫌いという人なんです。貧しいのなんて嫌いだという。ですからそういうふうな勢力が台頭

してきたときに「フン！」と馬鹿にするような形で「あいつらのKマート・リアリズムだよ」と言ったら割といい言葉なので決まっちゃって、それでKマート・リアリズムという言葉が1980年代の半ば過ぎくらいから登場したんです。そういうKマート・リアリズムとまとめられた作家たちが実は次のアメリカ文学を担う重要な作家たちになりました。

言うまでもなく人が変われば見方が変わって物の言い方が変わるので、実は今のようにトム・ウルフが悪口を言ったKマート・リアリズムの作家たちは、1983年の6月、イギリスで出たGRANTAという雑誌で、「アメリカの新しい作家たち」として紹介されました。これが当時出た本の表紙ですが、この雑誌が世界に与えた衝撃はものすごかった。これは1983年6月1日に出たんですが、「Dirty Realism」つまり、こういうふうと呼んでも構わないような作家たちがアメリカから台頭しているぞ、という大特集を組んだんです。特集の対象として入ったのは、見慣れた



GRANTA
(No. 8, June 1, 1983)

名前もあるかもしれませんが、ジェイン・アン・フィリップス (Jayne Anne Phillips)、リチャード・フォード (Richard Ford)、レイモンド・カーヴァー (Raymond Carver)、エリザベス・タレント (Elizabeth Tallent)、フレデリック・バーセルミ (Frederick Barthelme)、ボビー・アン・メイソン (Bobbie Ann Mason)、トバイアス・ウルフ (Tobias Wolff)とこういう形で紹介されました。この号があまりにも好評だったので、さらに数号先には「More Dirt」という特集を組みまして、そこにはリチャード・フォード (Richard Ford)、ジェイン・アン・フィリップス (Jayne Anne Phillips)、エレン・ギルクリスト (Ellen Gilchrist)、ルイズ・アードリック (Louise Erdrich)、とこういうようなのが入ったんですが、この最初の「Dirty Realism」という号には次のような序文がありました。この序文というのが僕は非常に大好きですが、こういうような序文です。

新しい小説がアメリカから出現しつつあるようだ。それは奇妙で不気味な類のものだ。それは、いまイギリスで書かれているどんなものとも似ていないばかりか、アメリカの小説とはこういうもんだろうと思われてきたものともまるでちがう。それは英雄的でも壮大でもない。ノーマン・メイラーやソール・ペローの叙事詩的野心は、それと比較すると、ぶくぶくに膨れた変ちくりんなまがいものにすら見える。それは、1960年代から70年代にかけて出版されていた——「ポストモダン」とか「ポストコンテンポラリー」とか「デコンストラクショニスト」とか言われた——文章のような、自意識過剰な実験的なものではない。ジョン・バースやウィリアム・ギャディスやトマス・ピンチョンの作品は、それと比べると、気取りすぎに見える。それは大きな歴史的な声明を発表しようとするような小説ではない。

それは、そうではなく、まるでちがった視点をもった小説で、土地の細かな特徴やニュアンス、言葉や身振りのわずかな変化にこだわる。きわめて当然なことに、それは主に短編小説の形式をとっていて、アメリカの短編小説のリヴァイヴァルの一翼を担っていてもいる。しかし、それは奇妙な小説群なのだ。

アメリカン・ポップ・カルチャーに関わりのあるのは次からです。

飾りのない、家具もない、低家賃の悲劇で、そこにいる人々は昼間からテレビを見、安っぽいロマンス小説を読み、カントリーやウェスタンの音楽を聞いている。かれらはロードサイド・カフェのウェイトレスであり、スーパーマーケットのキャッシャーであり、建設労働者であり、秘書であり、失業中のカウボーイだ。かれらはビンゴをやり、チーズバーガーを食べ、鹿撃ちをし、安ホテルに泊まる。どっさり酒を飲み、たいていトラブルを抱えている。それも、車を盗んだり、ガラスを割ったり、財布をすったりしたことが原因だ。かれらはケンタッキーやアラバマやオレゴンの出身だが、でも、じつは、どこの出でもいい。かれらは、ジャンクフードの散らかった世界を、うっとうしいまでに細かなものでいっぱい現代の消費社会のなかを、さまよう放浪者なのだ。¹

これは一部ですけど、つまり1950年代の非常に豊かな消費文化から始まったものが、1980年代の時点になってくるとこういう形に文学が変わらざるを得なくなってきました。今名前を出した人たちが中心となって、これを作ったんです。みんなが一斉に書きました。もちろん作家によって微

妙に書き方が違うので、例えばある作家は自分の小説の中にやたらと商品名をいれます。ただ商品名を入れるといってもルイ・ヴィトンだとかフェラガモとかが入るのではなくて、K マートで売っているようなすごく安い品物が出てくる。あるいはある作家は、ウェイトレスや、安ホテルを舞台としたり、あるいは車を盗んだりして逃げ回っている男の話を書く。女は男に振られてどうしていいか分からない、と困っているような小説を書く。あるいはある作家は失業してしまって、やはり夫に逃げられてしまって職を探している母子の関係を描くような小説を書いたり、あるいはある人は建設労働者の現場の様子でそこで男たちの中で悲惨に生活をしているインディアンの女性を書いたりする。そういうふうな感じで、基本的には食べるものといえば非常にお粗末なものしか食べられない人たちを書いたということです。

今紹介した中で一番有名なのがレイモンド・カーヴァーという作家で、彼は日本では村上春樹さんが紹介してらっしゃるので、読んでいる方もたくさんいらっしゃると思いますが、日本での受け入れられ方にはちょっと誤解されているところがありまして、村上さんがやるとなんでもおしゃれな風になっておしゃれな作家と勘違いされている人も多いんですが、基本的にはレイモンド・カーヴァーはアメリカに登場してきた貧しい人たちを書いている。特に初期の頃の作品を丁寧に読みますと、文章はなかなかいいので気がつかないかもしれませんが、なかなか貧相な生活をしているんです、まずいお粗末なものを食べてですね。ですからカーヴァーもダーティー・リアリズムとかK マート・リアリズムの中に加えられる、というか筆頭です、親分格に扱われました。なぜ親分格に扱われたかということ、非常に文章が上手かったというのと同時に、このダーティー・リアリストたちというか、K マート・リアリストたちというのは、基本的に短編の作品を書くので、その短編の文章を非常に丁寧に書く。それで生活の身の回りをすごく書くというので、それを丁寧にやったんです。ですからその人たちを真似する作家たちが次々と登場して、この話をするとまた別の話になってしまうんですけど、彼らが働いた影響はアメリカ中に広がっている、大学の創作科というところに悪影響をもたらして、みんなその狭い世界を

書くと、いつの間にか「ミニマリスト」という非常に小さな世界を書く人たちという言い方で、ちょっと悪口を言われるようになりました。その根本にあったこの雑誌の特集で取り上げられた連中というのは、あくまでも今日の関連で言いますと、アメリカン・ポップ・カルチャーの成れの果てというか、行き着く先っていうものをじっと見据えた作品を書いたのではないかと思っております。そういう風なところで「文学からみたアメリカン・ポップ・カルチャー」というのはいきなり終わりますけれども、1990年代の前までですが、こういう形で現われていたんじゃないかというのが私の考えです。

註

¹ 青山南『アメリカ短編小説興亡史——とめどもなくあらわれるアメリカの短編小説をめぐる、めどもなくあられない断片的詳説』筑摩書房、2000年。

