

パフォーマンスとしてのうわさ

発話行為におけるメタメッセージとその社会性

高橋 亜希

序章

近年、電子メディアの著しい発達により、私たちの情報入手手段は格段に進歩し、多様化した。活版印刷技術の誕生により、新聞、雑誌などの活字メディアが登場する以前は、もっぱら口伝えの情報が人々の情報源であった。口伝えの情報、すなわち人から人へと伝達される「うわさ」は、「最も古いメディア」であり、現在もそしてこれからも消えることのない、身近な情報源と言える。本論文の目的は、相互行為、コミュニケーションという観点からうわさが分析対象になりうるという視点に基づき、うわさをメディアとして捉えるのではなく、あくまでも、情報の伝達行為が不可分な発話行為によるコミュニケーションであるという観点から考察することにある。

これまで、うわさは集団的行為であるという認識があったため、コミュニケーションの観点からうわさが論じられることは稀であった。つまり、個々人がうわさを語る状況よりも、社会全体におけるうわさの位置付けが問題視されてきた背景がある。このことは、社会学の領域からうわさが研究されてきたことを考えると当然のことであるが、一般に「うわさをする」という行為は、相互行為に見られる象徴的な意味合いを含んだ個人レベルの関係性を前提とする。そのようにうわさをより限定された象徴プロセスとして考えてみることは、言語のみならず非言語コミュニケーションの観点からうわさを分析する上で有効である。語られること（言語）と表情、声のトーンなどの語り方（非言語）の関係、とくに後者に重点を置き、うわさが語られる状況及びそれがどのように語られるのかを分析することで、その裏にあるメッセージや当事者の関係性、それらが持つ社会性が明らかになるのではないだろうか。

うわさはコミュニケーションの一側面であるのは間違いないが、その性質はかなり特殊なものである。例えば、他人のうわさ話しをしているところに、その本人がやってくれば、気まずさを味わうだけでなく、当事者間のその後の関係にも影響を及ぼすことがあるかもしれない。また、うわさと一言で言っても、流言、デマ、ゴシップ、都市伝説とニュアンスの違う表現方法がある。ごく身近な人の話題をうわさ話、関東大震災の朝鮮人虐殺を引き起こした災害流言、オルレアンでの婦女誘拐に関する都市伝説、芸能人のゴシップなど、それらの表現は、出来事が社会的か、個人的な問題であるかによって区別されるが、

個々の関心度合いが一定ではないことから、境界線を引くのは困難である。

多くの人が何らかの形でうわさを語る状況に出くわしたことがあるにも関わらず、うわさ話しが好きだと公言する人はほとんどいない。他人を中傷するものであったり、事実と反していたりと、「うわさ=好ましくないもの」という普遍的なイメージがあるからだろう。では、なぜ人はうわさ話しをするのだろうか。語り手にも聞き手にも、更にはうわさの主人公になりうる、「うわさ」を語るという行為は匿名性を持ち、自然発生的に表われてはいつしか消えていくものである。多くの流言研究者たちも、うわさが捉えどころのない社会現象であることを認識している。これを最も端的に示したのが、うわさをレンガや積み木のような物体としてみるべきではないとする、ある社会学者の言葉である。これは、流言研究において最も著名なオルポート&ポストマンを始めとする、情報が歪められていく過程を検証した伝言ゲーム形式の心理実験に対する反論であり、うわさの捉えどころのなさを表している点で非常に興味深い。

以上を踏まえ、第1章では、これまでのうわさ研究がどのようなものであったかを考察し、本論文の研究課題を明確に提示する。第2章では、オースティンの『言語と行為』を基に、「発話行為としてのうわさ」について、個々の発話を持つパフォーマンス性について述べる。第3章では「うわさが語られるコンテキストとその社会性」とし、バフチンのシチュエーションの概念を基に、うわさが語られるコンテキストがいかに関係形成されるかを当事者の関わり合いの中から見出すとともに、それが持つメタメッセージはいかなるものなのか、タネンの主張を基に裏付けていく。第4章では「うわさにおけるパフォーマンス」として、海外ドラマ『SEX and the CITY』において、うわさがいかに語られ、それが当事者間にどのような影響をもたらすのかを会話分析を用い、明らかにすることにする。終章では、「人々はなぜうわさをするのか」を、マイケル・S-Y・チュエの『儀式は何の役に立つかーゲーム理論のレッスン』を基に、うわさを語る行為が持つ儀礼的な側面を指摘し、本論文の結びとする。

第1章 これまでのうわさ研究

1. 情報の歪曲か形成か

かつて、精神医学・精神心理学的見地からなされたうわさ分析は、過度の欲求不満や不安定な精神の表われであり、一種の病理だとされてきた。現在、このような立場は疑問視されつつあるが、従来までのうわさ、あるいは流言研究において、最も古く、かつ多くの

研究者に影響を与えたのが、オルポート&ポストマンの『デマの心理学』（1947）である。彼らはいわさが情報の歪曲過程であると主張し、伝言ゲーム形式の心理実験を用いて、それを実証しようと試みた。この実験については異論も多く、当人たちも日常会話におけるいわさの伝達過程と実験結果が必ずしも一致しないことを指摘している。ただ、彼らの主張において一貫していることは、いわさを完全に否定的なものとして捉えていることである。彼らは偽りの情報であるいわさを信じるべきではない、常に懐疑精神を持つべきだと締めくくっているが、「いわさが事実を作り出してしまうことだってある」（松田 1998 : 40）と指摘されているように、いわさがいつも偽りの情報であるとは限らないし、そもそも事実というものの自体が、人々の行為に影響を与える言説を離れ、存在するのかも疑問である。更に、真実ではないとわかっていながら、語られるいわさも存在するのである。真実である情報が口伝えによって捻じ曲げられていくとした前者の主張に対して、社会学者のシブタニ（1966）は、いわさは「即興の定義づけを行う集合的な相互行為」であり、情報の形成過程だと主張している。新聞、テレビなどマスコミによる公的メディアからの情報が不十分である時、人々は補助的メディアであるいわさによって、必要とする情報を補っていくというのである。更に、社会の流動性を認識し、その変化の過程において流言の役割が見出されるのではないかと指摘している。情報の歪曲過程か、形成過程かという双方の主張は対峙するものであるが、その場の参加者の発話行為が大きく関わっているという点では同じである。

2. いわさの内容分析

上記のいわさ分析に対して、E・モランの『オルレアンのいわさ』（1969）に見られるように、特定のいわさを取り上げ、内容分析を重視したものもある。このような内容重視の研究は、特定の地域や性別、世代、周辺地域への流布などの聞き取り調査を中心としており、いかなるいわさが流布しているのか、被験者はその情報をどのようにして（またはどこから）知り得たのか等、捉えどころの無いいわさという社会現象を実証的なデータによって明らかにしようとするものである。これまでのいわさ研究の多くが、このような内容分析に依存してきたが、オルレアンでの婦女誘拐のいわさのようにストーリー性があるものに関しては、状況設定を変えて全く別の地域で語られることもあり、そこに神話的な価値を見いだせることは非常に興味深いことである。日本においても、木下（1977）を始めとする研究者たちが、口裂け女の研究をしているが、最近、インターネ

ットをきっかけに、韓国の子どもたちの中でこの怪談が語られたことを考えると、都市伝説と呼ばれるこの種のうわさには連続性が見られることは確かだろう。内容分析に関して、前述の神話・民話的な性質を持つもの以外では、地震などの災害時に発生する災害流言に関するものがある。関東大震災時に流布した朝鮮人が井戸に毒をもったといううわさは、自警団の結成、大量虐殺を引き起こした悪しき事例であるが、人々が混乱状態にある時、周りの情報に左右されやすくなる人間の不安定さを示しているのではないだろうか。また、その社会的影響力から地震予知に関する研究も多い。「大地震の発生した直後には、しばしば前兆現象、火事・盗難、災害の再発などに関する流言が発生する」とした橋元（1999）や、廣井（1995）、下坂（1997）、仁木（1993）らがいるが、本論文では、そのような危機的状況に流布する災害流言ではなく、ごく身近な会話に見られるトピックについて会話分析を用いて考察する。

3. メディアとしてのうわさ

シブタニ（1966）に見られる社会学的見地からの流言研究では、うわさはひとつのメディアとして捉えられている。マスメディアとの比較により、人々が日常生活において見聞きしているニュースの伝播にはパーソナル・メディアであるうわさが貢献するとした川上（1993）や、昨今のインターネット環境の充実から、インターネットに関するうわさ、コンピューターウイルスやネット上の掲示板を取り上げた三上（1998）らの研究がある。また、早くから電話というメディアに注目していた松田（1994）は、現在では携帯電話の普及を通じて、うわさ伝播の速さとともに、それが急速に消滅していくことを指摘している。

上記の研究のように、うわさとマスメディアを比較すると、私たちがいかにテレビ、ラジオ、雑誌などのマスメディアからの情報を確認あるものとして、信頼しがちであるかに気づかされるだろう。マスメディアに対して、パーソナル・メディアであるうわさが、常に補助的なものであり、時には、うわさ特有の匿名性から事実無根の情報だと軽視されてきたのは、うわさがマスメディアのような媒介を持たず、言説という媒介を通じたコミュニケーションであり、非公式な情報網だからではないだろうか。しかし、人々の意見の発露としての機会や、公的メディアでは報道できない（あるいは意図的にされない）情報をも発信できるというある種の利点を持っているのではないだろうか。

4. うわさは対人コミュニケーションにおける一側面である

本論文では、「噂研究から噂を通じた研究へ」（松田：1994）の中で、内容分析ではなく、相互行為、コミュニケーションという観点からうわさが分析対象になりうるという松田の主張に基づき、うわさをメディアとして捉えるのではなく、あくまでも、情報の伝達行為が不可分な発話行為によるコミュニケーションであるという観点から考察していく。これまで、対人コミュニケーションの観点からうわさを論じるということがなかったのは、うわさが集団的行為であるという認識があったからである。つまり、個々人がうわさを語る状況よりも、社会全体におけるうわさの位置付けが問題視されてきた背景がある。このことは、社会学の領域からうわさが研究されてきたことを考えると当然のことであるが、前述のオルポート&ポストマン（1947）やシブタニ（1966）も、個人がうわさを語る由縁について、本来の動機はうわさという伝達行為により、必ずしも真実とは言えない社会現象が形成される過程を明らかにすることにあるとしながら、極めて卑近な理由づけを行っている点は、興味深い。例えば、『デマの心理学』（1947）では、デマを語る3つの特殊性として、「聞き手に対する優位性、相手を喜ばせること、場つなぎ」が挙げられている。彼らによると、デマを語るという行為自体は無意味な社交会話であるが、それが流布に関わるという点で社会的な意味があるという。では、流布されないうわさ、聞き手が興味をそそらないような話しならば、その会話は全く無意味なものなのだろうか。

これまでのうわさ研究は、対人コミュニケーションからの観点からの研究に乏しかったと言える。内容分析においても、災害流言が研究対象であることが圧倒的で、都市伝説のようなうわさについてはよく出来たお話しとして軽んじられてきた。第1章の冒頭でも述べたが、嘘だとわかっていながら、語られるうわさも存在するのである。例えば、市川（1999）は、そのように明らかに嘘だと分かっているながら、語られるうわさを「ナンセンス・デマ」と表し、マクドナルドのハンバーガーにはネコ肉が使用されているといった、誰もが1度は聞いたことがあるこの種の話しを、「語ることそれ自体に意味がある「エンターテインメントとしてのうわさ」、「楽しみのためのうわさ」（市川：1998）と定義した。このようなうわさは、仲間内での会話を楽しくさせたり、構成員のみんなが同じ情報を共有しているために、互いの連帯感を強くしたりするが、その集団内を越えてうわさが拡散していくと、たちまち集団の結束力としての効力を失う。そのため、また新たなうわさ話しを生産する、その繰り返しだという。序文でうわさはこれからも消えることがないと記したのも、市川のうわさが消費されるものだという視点に基づくものだからであ

る。とは言え、ただ生産－消費という連鎖があるから、うわさが消えないと言うのではない。この点を明らかにするため、第 2 章では、発話行為としてのうわさの機能について論ずることとする。

第 2 章 発話行為としてのうわさ

本章では、発話行為としてのうわさについて、オースティンの『言語と行為』を基に考察する。このテキストを用いるのは、発言が内容の真偽に関わらず有効であるという点において、うわさの真偽に拘るべきではないとする本論文の主張を裏付けるために有効であり、また、前章で指摘した、オルポート&ポストマンのデマを語るという行為自体は無意味な社交会話であるという意見に対して、オースティンの発話によってある行為が遂行されるとする行為遂行的発言の理論から批判を加えたいと思うからである。更に、言語行為の異質な側面として彼が指摘する、言語の感情表出的な用法とうわさを語ることとの類似点を見出していきたい。

1. 行為遂行的発言＝パフォーマティヴ

オースティンによると、結婚式の進行の中で言われた場合、「I do」という言葉は以下の意味を含むことになる。

「そうします。（I do.）」

（すなわち、私はこの女性を、私の法律上婚姻関係にある妻と認めます。）

この状況を明確に想定するならば、神父の「この女を娶ることを誓いますか。」（すなわち、新郎は新婦と婚姻関係を結び、妻と認めることを誓いますか。）という問いに対する、新郎の返答に他ならないが、新郎の「I do.」という発言は、ただ神父への返答や来賓者への報告のみを意味するものではない。それは、「その文を口に出して言うことは、当の行為を実際に行なうことにほかならないのである。」（1978：11）と言うように、結婚式での新郎の「I do.」という発話は、新婦と婚姻関係を結ぶという行為を成立させることになるからである。オースティンは、このような発話によって、なんらかの行為を行うことを、行為遂行的発言（パフォーマティヴ）とした。

2. 行為遂行的発言において不可欠な条件

この理論では、「言葉が発せられる状況」と「本人あるいは関係する他の人々が、当の遂行的発言とは別の行為も遂行しなくてはならない」ことを必要条件とする。そこでは、「これらの発言のどれをとっても、それらは真でもなければ偽でもない。」（1978 : 11）とし、その発話に対する何らかの行為は行われているとする。前述の例で言えば、新郎新婦どちらかが内心は結婚を同意していなかったとしても、「I do.」と発言すれば、結婚という行為は成立することになる。同様に、事後的に2人が離婚をすることになったとしても、結婚式での「I do.」は結婚期間においては有効であると言える。この発言の真偽を問わないという概念は、事実確認されないままに流布していく、うわさにも該当するものである。ある発話によって行為が引き続き行われたり、他者になんらかの影響を与えたりすることの可能性を考えると、オルポート&ポストマンのデマを語るのは無意味な社交会話であるという意見に反論を加えることができる。社会規模における影響の大小が会話の有意味、無意味を決定すると言うのは、あまりに短絡的すぎる。日常的な相互行為こそが周囲の人々との関係性を築いていくのではないだろうか。

3. 行為遂行的発言の3つの意味レベル

オースティンはまた、行為を発話行為、発語内行為、発語媒介行為の3つのレベルに分け、行為遂行的発言の特徴を明らかにしようと試みた。第1のレベル、発話行為は何かを言うこと、第2の発語内行為は発話行為に基づき、何かを行なうこと、パフォーマンスそのものであり、前述の結婚式での「I do.」は発話行為であると共に、結婚するという発語内行為も同時に行っていることになる。そして、第3のレベルの発語媒介行為は、第2の行為が聞き手や当事者に対して、どのような結果あるいは効果をもたらしたかを意味する。以下ではこのレベルをうわさが語られる状況を想定して解説する。

例1)

状況：AとBは親しい友人関係にある。以下は2人が駅前に新しくできたレストランの前を通りがかったときの会話である。

A:「友達の友達から聞いたんだけど、あそこまずいんだって。」

B:「そうなんだ。」

Aの発話はある情報を伝達する発話行為であるとともに、Aはそのレストランに行く事はない、またはBにも行くべきではないことを示唆する発話内行為である。Aの発話に対して、Bは「そうなんだ。」とのみ返答しているが、おいしくないのなら行かなくてもいいかとBの行動を思いとどまらせたり、Bが他の友人にこのレストランについての評価を語るとするならば、Aの発言は、発話媒介行為として有効に機能したことになる。オースティンが『言語と行為』の中で用いたのは、結婚式の例のように、発話者が主体（主語）となる例が主であるが、例1で挙げたように、うわさの場合、主体となるものは不明瞭である。オースティンはまた、このうわさのような発話を言語行為の異質な側面として捉えている。

4. オースティンの理論からのうわさ研究の限界

以上のように、オースティンの理論から、発話行為としてのうわさについて考察してきたが、内容の真偽を問わず発話が有効であること、うわさという社会現象そのものが、ある特定の情報の伝播であるため、出所はどこであれ、誰かの発話が発話媒介行為となっていることから、うわさは特殊なパフォーマンスであると言える。オースティンはまた、「ほのめかすこと（およびこれに類する、言語の字義通りでない使用法）や冗談（およびこれに類する、言葉の真面目でない使用法）や、毒づいたり、ひげらかしたりすること」を言語の感情表出的な用法と捉えている。この問題については充分考察されておらず、今後の課題として提起されているが、うわさを語ることは、上記の冗談や毒づいたりすることと同様に、言語の感情表出的な用法と言えるのではないだろうか。しかし、この理論から、うわさを研究していくことの限界として、行為遂行的発言がなされる場、すなわちコンテキストの問題について触れておきたい。彼が前書で用いた例は、すべてにおいてその状況設定が明確なものであった。例えば、以下のようなものである。

(例 b) 「私はこの船を『エリザベス女王号』と命名する。」

—ただし、船首に瓶をたたきつけながら言われた場合。

(例 c) 「私は、私の時計を私の弟に遺産として与える。」

—ただし、遺言状の中に記された場合。

例 b、c 共に、ただしという注釈が入っているように、オースティンはある発話がな

されるコンテキストを明確に規定していた。しかし、日常会話におけるコンテキストは、そのように形式的なものだろうか。とりわけ、うわさのような特殊な発話行為が語られる場を規定することは困難であろうし、そもそも、コンテキストとはそのように常に形式張ったものではなく、その場の参加者によって、形成されるものも含まれるべきではないだろうか。次章3章では、オースティンによるコンテキストの概念を、コンテキストを社会的プロセスとして捉えているバフチンの理論から反論するとともに、うわさという発話行為がもたらす社会性について考察していく。

第3章 うわさが語られるコンテキストとその社会性

前章に挙げた例からわかる通り、オースティンの行為遂行的発言においては、話し手である主体のみに主眼が置かれ、聞き手に対しては発話媒介行為としてその効果に注目したため、聞き手が話し手とともに発話プロセスに参加するという配慮を欠いていた。しかし、現実の発話行為、それが2者間の相互行為ならば、話し手、聞き手の立場は流動的で、2者はどちらも話し手であるとともに聞き手である。この聞き手の存在を重視したのが、バフチンである。彼はとりわけ、発話行為というよりも、対話について力点を置いていたので、オースティンの視点とは若干のずれがある。例えば、一般にコンテキストと呼ばれる概念が、彼の著作の中では、「出来事の状態あるいは状態のすべてを、出来事のシチュエーションとよぼう。」（2002：127）と言うように、シチュエーションと表されている。後者を前者と同義として捉えることは、発話行為の認識論の違いを曖昧にする点で問題であるため、以下では、この点について触れることから始めることにする。

1. シチュエーションとコンテキスト

バフチンは、「発話を組織する生活シチュエーションのどのようなものも、（中略）かならず登場人物を必要としている。」（2002：141）とし、会話の当事者を前提に、シチュエーションが組織されていることを指摘している。また、シチュエーション、そして聴衆（会話の当事者）を発話行為における非言語的部分であるとし、「この部分を理解しなければ、発話そのものを理解することはできない。」（2002：141）と言うように、発話の字義通りの意味よりも、非言語的部分であるシチュエーションと聴衆を重視していることがわかる。さらに、このシチュエーションについての定義に、単にある言葉が発せられる状況だけでなく、聴衆の存在をも含むところに、オースティンとの違いが明確に現れ

ている。

バフチンはまた、「空間と時間（「いつ」「どこで」）、発話の対象つまりテーマ（語られる「ものごと」）、生じていることへの語り手の態度（「評価」）」（2002：159）をシチュエーションの3つの側面として提示する。これは、シチュエーションの違いが発話の意味の違いをも規定するという点で、オースティンの形式的なコンテキストの見方となんら変わりはないが、シチュエーションそのものが、所与の文化的知識として確立したものでなく、流動的であることを重視している点で大きく異なる。結婚式での「I do.」のように、ある状況においてふさわしいと思われている言葉は、一定の視点にすぎず、そのように信じられている現実はまだ、「不変のままにあるものではないし、とどまり静止している存在ではない。」（2002：195）と言う。つまり、特定の状況に即した（即していると思われている）発言、例えば、葬儀において遺族に「ご愁傷様です。」という発言が、礼儀正しいことのように信じられてはいるが、別の言葉に変容可能なものであるということになる。弔問に訪れた上記の言葉の発話者と遺族が親しい間柄であれば、上記の言葉だけでなく、「突然の不幸で大変だったね。」とか、「何か手伝えることはない？」といった相手を思いやる発言を加えることができる。このことはまた、当事者の相互行為によって、コンテキストが形成されていることを象徴しているのではないだろうか。

2. うわさが語られるコンテキスト

以上のように、コンテキストが当事者の相互行為によって形成されるとするバフチンの主張は、対人コミュニケーションの一側面であるうわさにも適応しうるものである。うわさを集合的相互行為としたシブタニが、「流言とはあらかじめ決まっているメッセージの伝播ではなく、むしろ人々が状況の定義を形成する過程なのである。」（1966：22）としているように、当事者たちの参与こそが、うわさが語られる場を形成するのである。さらに、前述にある通り、ある状況においてふさわしいと思われている言葉は、各々の状況における一定の視点であり、不変のものではないということはコンテキストのみならず、言語と言語使用そのものが流動的であることをも意味している。つまり、前述の葬儀での例が、特定の相互関係において特定の発話を有効にするということだけでなく、言語使用が、それにより変容することを示していることがわかる。バフチンはまた、「人がその日常において最も多く口にするのは、他の人々が語ることがらである。」（1996：153）と主張し、日常の発話が他者の言葉の引用に過ぎないことを指摘してい

る。つまり、他人の言葉を独自のコンテキストへと転用することで、自分自身の発話を再構築するのである。それによって、個々の言語や言語使用のあり方が変化するとし、「（他人の言葉を受け取る）この過程のメカニズムは、個々人の心の中にあるのではなく、社会の中にあります」（1980：254）と言うように、コンテキストだけでなく、言語や言語使用も相互行為という社会的プロセスによって、形成されていくとしている。さらに、この日常の発話が他人の言葉の借用にすぎないということが顕著になる例を挙げ、「世論やゴシップ、悪評、陰口などにおいて、「皆そう言っている」とか「彼はそう言った」とか言う言葉が占める比重の大きさには、測り知れないものがある」（1996：153）としている。つまり、私たちがうわさのように不確かな情報を語るときや故意に発言の責任を回避しようとする場合、意識的に他人の言葉を利用して発話を行っていることを示している。このことは、「「みんなが言っているから」はうわさの栄養剤だ」（松田 1998：116）とし、それが、うわさを本当らしく見せるために有効であり、さらには伝播にも貢献するという松田の主張にも通ずるものである。集団の中で、みんなが言っていることや知っていることを自分も知りたいと思うことを協調問題と表したのは、チウエ（2003：11）だが、うわさの存在にもこの意識が多いに貢献していると言えよう。

3. うわさを語ることのメタメッセージ

このことはまた、うわさを語るという行為が個々人にとって、どのような意味を持つのかを示唆してくれる。言語学者のタネンは、“Everything about the way we say something contributes to establishing the footing that frames our relationships to each other.”(1986:75) と主張し、相互行為において、個々の発話のすべてが当事者間の関係性を築く上で重要であるとしている。さらに、コンテキストをフレーミングと称し、“Framing can be done only indirectly, through metamesages.”(1986：75) としている。つまり、コンテキストそのものがメタメッセージであるということだ。さらに、“Conversational signals and devices send metamesages about involvement and independence that work indirectly to frame our talk and express and negotiate our relationships to each other, including juggling the relative power and solidarity entailed in those relationships.”（1986：109）と述べているように、コンテキストを共有しているということは、互いの関係性を示すだけでなく、そこから得る連帯感をももたらすことになる。

うわさを語る場において、その内容が身近な人の否定的な話しであるとき、話し手は誰彼構わず、その人の悪評を言いふらしたりはしないだろう。もし、そのようなことをすれば、どこからか本人の耳に届くかもしれないし、話し手は、聞き手から「悪口ばかり言う人」だと嫌悪されたり、不信感を持たれるようになるかもしれないからだ。そのように、他人について否定的なことを話すとき、それが本人の評価にも関わるという点で、話し手は少なくとも、信頼のおける相手にその話しを打ち明けることだろう。このことはつまり、タネンの主張する通り、打ち明ける—打ち明けられるという当事者間の親密性が表われることになる。

以上のように、タネンの主張から、語りの場を共有することが既にメタメッセージであると述べてきたが、次章ではこれまでの理論的な枠組みから離れ、具体的にうわさが語られる場面から読み取れるメタメッセージを、バフチンの言葉を借りるならば、「その時誰がそこにいて、その言葉がどのような表情、どのような身振りで、どのようなイントネーションのニュアンスを伴って語られたかという発話の全状況」（1996：158）に注目し、映像資料を用い分析する。

第4章 うわさにおけるパフォーマンス

映画テキストにおけるうわさ分析を行った畑中（2003）によると、「うわさの引用はテキストがリアリティを生み出すための一方法である」としている。むろん、映画を含むプロットは、現実生活の表象にすぎないが、登場人物にうわさを語らせることが、観客に対して、作品の中での日常や人間関係を現実らしく見せるために有効であることは、非常に興味深い。以下では、「女の親和関係に重要なうわさ話」（タネン 1992：111）とし、女性が男性に比べて、プライベートな話題を語りあうことで、互いの関係性を深めていくという指摘に基づき、4人の女性たちの日常を描いたドラマ『SEX and the CITY』において、うわさがいかに語られ、それが当事者たちにとって、どのような意味を持つのかを分析する。

あらすじ

ニューヨークに住むセックスコラムニストのキャリー、弁護士のミランダ、PR会社社長のサマンサ、アートディーラーのシャーロットの4人は30代のキャリアウーマン。ドラマでは、彼女たちの恋愛模様が赤裸々に綴られている。以下、Cはキャリー、Sはサマン

サ、Mはミランダ、Chはシャーロットを表す。また、会話中で強調されている言葉として、下線はとくに強い口調であった言葉、並線はゆっくりと語られた言葉を示す。

会話1) 関係性を再構築する

状況：キャリーのコラムが映画化されるという話しが持ち上がり、一同バケーションを兼ねて、ロサンゼルスへ旅立つ。以下の会話は4人の食事中での会話である。

1-1

C : Keith wants a \$3 million house (手を広げながら) and I can't afford new curtains.

S : That's where the guys here have New York men beat — real estate.

キャリーはロスで出会ったエージェントのケイスの新居探しに付き合い、彼があまりにも高額な家を買おうとしているのに対し、自分はカーテンすら買えないということを皮肉っている。サマンサがニューヨークとロサンゼルスの男性の違いは不動産にあるという発言をきっかけに、ミランダはロスで再会した彼女の元恋人ルーのうわさ話しを始める。

1-2

M : (得意げに) Lew may be the perfect guy.

Ch : (驚いて) Letterman Lew?

M : Yeah, he's an ideal combination of the two coasts. (目を見開き、興奮気味に) He's a new Yorker at heart, he's lost all his neuroses and 30 pounds.

C : (こめかみを抑え、怪訝そうな顔をしながら) … We're New Yorkers. Aren't we supposed to like neurotic guys?

S : The Woody Allen thing is so over. (呆れたように目をそらす)

1-2では、ニューヨークでは神経質だったルーが、ロサンゼルスに来たことで性格が変わり、体重も減ったとミランダは得意げに語っているが、1-1で皮肉を言っているように、ロサンゼルスに馴染めないキャリーはミランダに反論を加えている。更に、ウッディ・アレンが彼の作品の中で自身が演じているような神経質なニューヨーカー像など時代遅れだと言うサマンサのジョークがミランダの発言を後押ししているようである。

1 - 3

M : He's a changed man. He's spiritual and happy. He met the Dalai Lama.

S : I met Huge Hefner.

C : One women's pornographer is another women's spiritual leader. (手を広げながら)

M : (うれしそうに) maybe he's on to something. May be it's time I stopped being angry.

C : How would you spend your time?

S : I'll tell you what you could do. Shop! (ロサンゼルスで買ったフェンディのフェイクバックを出す。)

1 - 3 ではキャリーの様子とは裏腹に、ルーがいかに素敵な男性に変わったかを、声のピッチを早めながら語るミランダの姿が描かれている。このシーンではまた、キャリーが、ルーに会ったミランダがすっかり彼とロサンゼルスに感化されてしまったのを見て、呆れた表情をしながら、嫌味を言っているのがわかる。しかし、次のサマンサの発言によって、ルーのうわさ話しはストップする。この会話 2 では、ニューヨークとロサンゼルスの男性の違いと、2つの文化を経験しているという繋がりから、ミランダはルーのうわさ話しを始めるわけだが、そこに必然性があるわけではなく、サマンサがバックの話しを持ち出したことで話題を変化させたように、彼女たちの会話が偶発的に行われていることがわかる。このことは、私たちの日常会話においても容易に見られることで、第 3 章で述べた当事者の参与によってコンテキストが形成され、会話内容も変化していくことを示している。このシーンではまた、彼女たちが共通に持っていた、ルーは神経質な男であるという評価が、ルーは毒気も体重も減り、以前の彼ではなくなったという彼についての情報が書き換えられていることがわかる。このように、身近な人物の変化は、その人を知る者同士にとっての、1つのニュースになる。他人についての新たなニュースを求めることは、その人に対する興味本位からくるものと言うよりは、うわさを通して行われる情報の更新と共有が、仲間内の関係性を強化し、再構築する機能を持つことに起因するのである。

会話 2) 逸脱者の排除により、もたらされる連帯感の高揚

状況：キャリー、ミランダ、サマンサは、サマンサの新しいクライアント・ジェニーの財産家である彼女の父親が経営するレストランで食事をしている。以下は、ジェニーの計らいにより、キャリーたちのテーブルにシャンパンが運ばれてきたときの会話である。

2-1

S : (信じられないという表情で) A 13 year-old girl just bought us a \$200 bottle of Don Perignon? Do you know what I was buying when I was 13? —Nothing.

M : (うなずく)

S : I couldn't afford anything. I served Dilly Bars at Dairy Queen. (怒った表情で) Where is she? Where is that Brat Mitzvah beast?

2-1 では、13 歳の少女に奢られることに憤慨したサマンサが、サマンサの少女時代の経験とジェニーの価値観を対比させることで、同年代であるキャリーやミランダに同意を求めていることがわかる。その後、ジェニーが友人 2 人を連れて、着飾った姿で登場すると、サマンサは即座に態度を変え、愛想良く振る舞う姿が描かれている。うわさをすれば影という言葉があるが、実際にその状況に置かれた 2-1 のような状況に置いて、当事者たちが何事もなかったかのようにその場を取り繕うことは頻繁に起こる、うわさを語る場を共有する者同士の共通知識である。以下では、ジェニーたちとの会話を割愛し、若干の解説を述べてから、2-2 の分析を加えることにする。

2-2

状況：ジェニーはキャリーに気づき、彼女のコラムが共感できると大絶賛。歯列矯正を始めたミランダは、サファイア付きの矯正器具をつけているジェニーの友人に、ミランダの矯正器具が古い型だと馬鹿にされる。以下は、少女たち 3 人が携帯電話を片手にその場を離れてからの会話である。

— 啞然とする 3 人

M : Her braces are sapphire. (呆れたように) I'm a 34 year-old nerd.

C : (怪訝な表情で) How old are they?

S : 13.

C : They sound

S : (うなずきながら) I know.

C : They're dressed...

S : I know. —Just like us.

ここでは、ジェニーたちが去った後、再び彼女たちのを話題にすることで、コンテクストが再形成されていることがわかる。ジェニーたちの年齢を再確認し、口ごもるキャリアの様子から、少女たちのませた姿に驚きを隠せないでいることがわかる。2-2では、2-1でサマンサが憤りを感じたジェニーとの世代と価値観のギャップをキャリア、ミランダが共有したことを示している。言い換えると、同年代のキャリア、ミランダ、サマンサが持つ価値観が、ジェニーたちをうわさすることによって、互いに共有していることを再確認したことになる。よく、年長者が若者の行動や発言に対して、「近頃の若者は…」と批判をすることがあるが、それもこのシーンと同様に、世代間における価値観の相違がもたらすものである。それはまた、自分たちとは異なる価値基準を持つ逸脱者（ここでは、ジェニー）の存在によって、特定集団における連帯感を高めるという作用をも持つのである。

会話3) 公的知識の生成による、自己の正当化

状況：互いの元恋人が新しい彼女と一緒にいるのを目撃したキャリアとミランダ。以下では、シャーロットの引越を手伝いながら、過去の恋愛に対する男女の考え方の相違について語っている。

C : (手を広げて) Well, they're over us. It's just so hilarious.

M : (呆れた表情で) I'm hemorrhaging inside.

C : We thought they were pining and they have new girlfriends already!

S : Were they cute?

C : (サマンサを指差し、反論するように) The point is not if they were cute. —The point is, they were there.

M : (冷静に) They were cute.

C : (いやいやながら、ミランダに同調するように) Very cute.

M : (理解できない様子で、手を広げながら) How can they have new relationships? I'm still in the "I just broke up with someone" phase.

Ch : It's infuriating. Women sit around obsessing about what went wrong. Men just say "all rightly" and move on.

(中略)

C : I didn't obsess about Aidan. Aidan was clear. He moved on.

M : It's much easier for men to move on.

C : Is it?

M : Please! The ratio of women to men in this city is huge. (声のピッチが早くなり)
They can sit outside, have a beer. And wait for the Jessicas and Susans to come to them.

C : Maybe we only obsess over relationships that feel unfinished.

Ch : (キャリアにトレイの写真を見せながら) I can guarantee that Trey isn't sitting around with his friends, obsessing about what went wrong.

S : Men never think anything is their fault.

会話3では、キャリア、ミランダがそれぞれエイダン、スティーブという特定の男性を批判しながらも、**men**、**women**と複数形を用い、抽象化していることがわかる。このことによって、彼ら個人に対する主観的な不満を一般論に還元するだけでなく、シャーロット、サマンサからの共感を求めるのである。つまり、男性が過去の恋愛をすぐに忘れてしまうという事実の真偽に関わらず、それが当事者たちの共感の基に形成された公的な知識であることが、関係性を固持する上で重要になる。また、私的な感情を公的な意見であるかのように見せることは、自己を正当化するのである。それはまた、私たちが、うわさが語られる際に、テレビで見たや、信頼のおける誰かから聞いた、みんな言っているという常套句を頻繁に聞いたり話したりすることが、責任回避と自身の信用に貢献するからである。

会話1～3の分析から、うわさの語り手が発話において、動作や声のトーン、ピッチなどを感情の高まりとともに変化させているように、語る際にそれらの行為性が見られることが明らかになった。そのような行為は表面的には聞き手を説得するために行われるのだが、そのような説得したいと思う語り手の意図は、怒りや不満、または喜びなどの感情的な側面をその場の者同士で共有したいと思うからである。聞き手はまた、語り手に同調したり反論したりとコンテクストに参加することで、その特定集団に属していることの証を

得、自分が孤独ではないことを実感するのである。うわさを語るコンテキストにおいて重要なのは、そのような語り手と聞き手の行為性であるが、それによってもたらされる、感情や情報を共有するという互いの関係性への影響がメタメッセージであり、より重要な要素になる。さらに、人々がうわさを語るのは、後者のよううわさが持つ社会性によるものなのではないだろうか。

終章 人々はなぜうわさをするのか

チウエ（2003）は、集団の中で、ある事象や事実について、みんなが知っていることを共通知識と定義し、それは自分も集団行動に参加したいと思う協調問題によってもたらされるものであるとしている。共通知識はまた、コミュニケーションによって生成され、集団を創造、あるいは強化する機能を持つと言う。これは4章の会話1、2で実証した、うわさの機能である関係性の再構築や連帯感の高揚にも適応しうるものである。私たちは大抵、地域や学校、職場、さらにはその中の仲良しグループなどのように、何がしかの集団に所属している。つまり、うわさを語ることは、それらの特定集団の中での共通知識の生成を通して、互いの関係性を認識する儀礼的な行為なのである。

本論文では、特定の意味を伝達するうわさという発話行為がパフォーマンスであるとし、語りの場における語り手、聞き手の身体的なパフォーマンス性（身振り手振り、声のトーン、ピッチなど）についても注目した。それらのパフォーマンスを表出することは、個々が積極的にその場に参加していることを示すメッセージである。そこにおける、他ならない関係性の形成や維持のために行われるという儀礼的な側面こそが、うわさを語ることのメタメッセージであり、人々がうわさをする所以なのである。

本論文では、うわさが対人コミュニケーションの一側面であるとし、発話行為、コンテキストの概念を基に理論的な枠組みからの考察、また会話分析を通じてうわさが持つメタメッセージと社会性について検証してきたが、マスメディアに対する人々の意見の発露であるうわさというパーソナルメディアが秘めた力について、ここでは考察できなかった。しかし、これまでの内容分析に依存してきたうわさ研究を批判し、新たなアプローチができたのではないかと自負している。本論文が日常の相互行為や些細な会話を見つめ直すきっかけとなれば幸いである。

参考文献

G. W. オルポート L. ポストマン『デマの心理学』岩波書店 1952

タモツ・シブタニ『流言と社会』東京創元社 1985

川上善郎『うわさが走る 情報伝播の社会心理』サイエンス社 1997

J.・N.カプフェレ『うわさ もっとも古いメディア』法政大学出版局 1988

松田美佐『うわさの科学』河出書房新社 1998

G. W. オルポート L. ポストマン『デマの心理学』岩波書店 1952

タモツ・シブタニ『流言と社会』東京創元社 1985

J.L. オースティン『言語と行為』大修館書店 1978

ミハイル・バフチン『バフチン言語論入門』せりか書房 2002

ミハイル・バフチン『言語と文化の記号論』新時代社 1980

ミハイル・バフチン『小説の言葉』平凡社 1996

デボラ・タネン『わかりあえない理由』講談社 1992

Deborah Tannen *THAT'S NOT WHAT I MEANT!* Ballantine Books 1986.

マイケル・S・Y. チウエ『儀式は何の役に立つかーゲーム理論のレッスン』新曜社
2003

松田美佐「噂研究から噂を通じた研究へ」『現代のエスプリ別冊 流言、うわさ、そして
情報 うわさの研究集大成』 P144-156 至文堂 1999

市川孝一「ナンセンス・デマ」『現代のエスプリ別冊 流言、うわさ、そして情報 うわ
さの研究集大成』 P266-273 至文堂 1999

市川孝一「消費されるうわさー「話題型のうわさ」の系譜」『日本語学』第 17 卷1月
号

P 44-53 明治書院 1998

畑中基紀「プロットをつくるうわさー映画テキストによる分析モデルの試み」『明治大学
教養論集』368号 P75-93 2003

畑中基紀「世間を表象するうわさー映画テキストによる分析モデルの試み」『明治大学教
養論集』382号P73-88 2004

映像資料

『SEX and the CITY season3』（2000年/米）

会話1～3は「Episode14 : Sex And Another City」、 「Episode15 : Hot child in the

City」、「Episode18 : Cock a Doodle Do!」より、それぞれ抜粋