

# インターネット都市伝説の架空性と領域

米津 海

(堀田 穰ゼミ)

## 1. はじめに

近年、インターネットの発達に伴い、誰もが容易に様々な情報を手にすることが可能となった。情報機器はパソコン主流の時代からスマートフォンやタブレット端末の登場により、いっそう身近なものとなり、社会そのものを携帯できるようになりつつある。また、ブログ、インターネット掲示板や twitter、facebook などに代表される SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の登場により、情報を取得するだけでなく、誰もが不特定多数に情報を発信できるような双方向の情報伝達がさかに行われている。この人々にとって便利な発展と同時に、噂話などのような信ぴょう性のない語りも、口伝えにコミュニケーションをとっていた口承の時代から、インターネットを依り代にした新しい様相をみせており、SNS 内においてもしばしば「都市伝説」という名で拡がっている。

この新しい時代におけるインターネットを使った語りは、本論文で取り上げる「杉沢村伝説」、「くねくね」などの真偽不明であるのに「実際にあったこと」という矛盾を抱える「都市伝説」としてどのように人々の心情に左右され、影響を及ぼしているのだろうか。また、それぞれの「都市伝説」が語る田舎や農村は、人々にとってどう映っているのだろうか。

2章では「都市伝説」という語に着目し、この語が日本においてどのような道をたどり現在の状態に至ったかを明らかにし、当初の「都市伝説」と現在の「都市伝説」による差異を提示する。

3章では「インターネット都市伝説」の「杉沢村伝説」「くねくね」を取りあげ、その特徴や共通点、特性を考察し、場所性との関わりを論じ、4章では「都市伝説」と社会の様相を重ね、「都市伝説」を語ることによって人々が何を求めるか、

また何のために語っているのかを考察していくものとする。

## 2. 都市伝説について

日本における都市伝説という語は、1988年に日本で出版されたジャン・ハロルド・ブルンヴァンの著書である『消えるヒッチハイカー 都市の想像力のアメリカ』で「Urban Legend」として用いられ、訳者である大月隆寛によって訳された術語である。都市伝説という概念は、1973年にエドガール・モランによる『オルレ안의うわさ - 女性誘拐のうわさとその神話作用』にて提示されている。しかし、『消えるヒッチハイカー 都市の想像力のアメリカ』の訳者である大月が「この術語はブルンヴァンのオリジナルではないが、ここまで積極的に提示したのは彼が最初だろう<sup>1)</sup>」と言及しているように、「都市伝説 (Urban Legend)」という語を積極的に使い、日本において浸透する要因となったことは言うまでもないだろう。同書での都市伝説の定義は「現代社会の最も洗練された『普通の人々』 < folk >—つまり若者、都市生活者、高等教育をうけた人々<sup>2)</sup>」により語られる「『都市』的環境を前提にして出現する語りのジャンル<sup>3)</sup>」としている。このように当時の都市伝説と言う語は学術性を帯びており、語る人々も限定的であったように見える。

しかし、大辞林第三版で「現代の都市で、広く口承される、根拠が曖昧・不明な噂話」とあるように、現代において「都市伝説」のもつニュアンスは広域になり、初発のこうした概念とはズレが生じ拡散されている。飯倉義之は「都市伝説化する『想像力』 - 『大きな物語の喪失』と陰謀論的想像力」のなかでこのズレを指摘している。飯倉によると、都市伝説は初発の意味とはずれた学界内のすれ違いと歩調を合わせるように世間におい

でも、都市伝説は初発とは違った「独り歩き<sup>4)</sup>」を見せているとしている。1980年代半ばの商業メディアによる「ウワサブーム」「ロコミブーム」に端を発したモノの総称として、やがて学術的な側面をもった「都市伝説」という語が用いられることとなった。同時期に消費者の「声」への注目が高まり、「オールナイトフジ」「おニャン子クラブ」の人気に代表される新たな購買層の購買行動が生じた。1990年代からは都市伝説は都市の若者層にとって、等身大のウワサ、友人の友人に起きたこととして語られるようになる。その後、子供たちの語る学校の怪異譚を集めた「学校の怪談」ブームと連動し商業出版で大きく取り上げられたことによりエンタテインメントとして一般に用いられる語になったが、様々な「事実」を前に「うわさ」に対する関心の薄らぎ、また番組の自粛の影響などによって都市伝説の規模は縮小されていく。都市伝説が世間によって広まった語である以上社会的な作用、特に経済的な景気・不景気によって規模が左右されることが伺える。どのような要因にせよ、ここでの都市伝説は社会が充足している場合はよく拡散され、逆に社会が荒廃に近づく、「虚構」より勝る荒廃という「現実」に直面する状態ともいえる。

そして2000年を過ぎるとインターネットの影響によって都市伝説収集・解説を主題としたWebサイトのまとめ書籍や、都市伝説を語る芸能人などの登場により都市伝説のメディア露出が盛んに行われた。

また、飯倉は2000年～10年間 通称ゼロ年代の「都市伝説」の特徴として先行する資料や、インターネットの掲示板から都市伝説を拾い上げ、マスメディアで発信するような「商業メディア主体の、『芸』としての都市伝説」が主流であると、「巷でささやかれている都市伝説」をライターが創造して発信することも常態になっていることを挙げている。

つまり、都市伝説は「友達の友達が体験したとされる珍談・奇談・怪談」から「真偽不明のアンダーグラウンドな情報」と「ジンクス・迷信・俗信」を含むものとして用いられるようになったということになる。

### 3. インターネット都市伝説「杉沢村伝説」 「くねくね」

現代の日本における都市伝説の状態を論じたところで、現在インターネット上で広まる都市伝説の代表例として「杉沢村伝説」「くねくね」を例にして論考していく。これらはインターネット上で都市伝説が語られる際、ほぼ必ずといっていいほど紹介される代表的なものである。

「杉沢村伝説」とは、かつて青森県の山中に杉沢村(昭和の初めごろであったとする内容もある)という村があり、村人の一人が精神に異常をきたし、発狂して村民全員を殺し、自決する。その後村には誰もいなくなり、廃村となり地図上から消えてしまった。以来、この廃村に入ると生きて帰って来られなくなる。といった都市伝説である。

東奥日報という地方紙に取り上げられたこともあり、2000年9月3日の記事<sup>5)</sup>を抜粋すると以下のようなになる。

- (1) 青森に横溝正史「八つ墓村」の基になった「杉沢村」という村があった
- (2) 村人の一人が全村民を殺して自殺した
- (3) のろわれた村として行政によって地図上から消された
- (4) 入り口に古ぼけた鳥居があり、その下にどくろのような石が置かれている
- (5) 林道の奥に廃屋があって、壁や床が血のりで覆われている
- (6) 夜中に行った若者三人が亡霊に襲われ、行方不明になった

東奥日報のこの記事はネット上の情報を集めたものとしている。また、「怪異・日本の七不思議」というwebサイトでは1997年に以下の投稿がされている。

地図上から抹消された村の話をししましょう。

いつ頃の話か詳しくはわかりませんが、昔、青森県に杉沢村という村があったそうです。

そこは人里離れた山奥にあり、村の人々は一つの集落に住んでいました。

ところがある日、一人の青年が発狂し、村人を一

人残らず斧で殺してしまったのです。その後、青年も命を絶ってしまったとか。こうして村人の一人もいない、村としては機能しなくなった杉沢村は、おそらく青森市と合併して地図上から消滅したのです。この話は昔の話ということもありますし、おそらく自治体が覆い隠したということもあって、他府県には全く知れ渡っていません。また、知っている人もほとんどが年配の方で、若い人は知らない人も結構多いようです。

さて、今の杉沢村はどうなっているのでしょうか。これは人から聞いた話ですが、実際行ってみる人は多いようです。また、見にいっても辿りつけなかった人もいるぐらいなので、相当山奥なのでしょう。場所は青森空港付近と聞いていますが、その集落に行ける道は一本しかなく、その入口には鳥居があり、その辺りで引き返す人も多いたか。

実際に入った人は、その時は数人で行ったそうです。そして集落はその当時のまま残されており、家の壁にはベッタリと血が付いていたそうです。そして青年の邪悪な霊か、それとも青年に惨殺された村人の怨念のせいか、その中の一人がいきなり発狂し、あわてて帰ってきたそうです。

他にも杉沢村についてはいろいろ話を聞きますが、九度寺とは違いタブー視された感じがしてなりません。この話を見て行ってみようと思った人は、絶対にやめるべきです。青森は怖い話が多いですが、これほど恐ろしく知られていない話は私も初めてです。血のベッタリついた壁が夢に出てきそうです。<sup>6</sup>

東奥日報の記事や「怪異・日本の七不思議」の投稿は、年月も媒体も違っているが、内容の差異はほとんど見当たらない。しかし、東奥日報の記事内に「八つ墓村」の基になった」とあるように、いくつかモデルとなった話が存在している。「八つ墓村」は1971年に出版された横溝正史の小

説であり、農村を舞台とした村の因習の引き起こす陰惨な事件が描かれている。どちらがオリジナルであるか、という部分については判然としないが、少なくとも影響を受けていることが伺えるのではないだろうか。

次に「くねくね」についてだが、一例を挙げると以下ようになる。

これは小さい頃、秋田にある祖母の実家に帰省した時の事である。

年に一度のお盆にしか訪れる事のない祖母の家に着いた僕は、早速大はしゃぎで兄と外に遊びに行った。都会とは違い、空気が断然うまい。僕は、爽やかな風を浴びながら、兄と田んぼの周りを駆け回った。

そして、日が登りきり、真昼に差し掛かった頃、ピタリと風が止んだ。と思つたら、気持ち悪いぐらいの生ぬい風が吹いてきた。僕は、『ただでさえ暑いのに、何でこんな暖かい風が吹いてくるんだよ！』と、さっきの爽快感を奪われた事で少し機嫌悪そうに言い放った。

すると、兄は、さっきから別な方向を見ている。その方向には案山子(かかし)がある。『あの案山子がどうしたの？』と兄に聞くと、兄は『いや、その向こうだ』と言って、ますます目を凝らして見ている。僕も気になり、田んぼのずっと向こうをジーッと見た。すると、確かに見える。何だ…あれは。

遠くからだからよく分からないが、人ぐらいの大きさの白い物体が、くねくねと動いている。

しかも周りには田んぼがあるだけ。近くに人がいるわけでもない。僕は一瞬奇妙に感じたが、ひとまずこう解釈した。

『あれ、新種の案山子(かかし)じゃない？ きっと！ 今まで動く案山子なんか無かったから、農家の人が誰かが考えたんだ！ 多分さっきから吹いてる風で動いてるんだよ！』

兄は、僕のズバリの確な解釈に納得した表情だったが、その表情は一瞬で消えた。風がピタリと止んだのだ。しかし例の白い物体は相変わらずくねくねと動いている。兄は『おい…まだ動いてるぞ…あれは一体何なんだ？』と驚いた口調で言

い、気になってしょうがなかったのか、兄は家に戻り、双眼鏡を持って再び現場にきた。兄は、少々ワクワクした様子で、『最初俺が見てみるから、お前は少し待ってるよー！』と言い、はりきって双眼鏡を覗いた。

すると、急に兄の顔に変化が生じた。みるみる真っ青になっていき、冷や汗をだくだく流して、ついには持ってる双眼鏡を落とした。僕は、兄の変貌ぶりを恐れながらも、兄に聞いてみた。『何だったの？』

兄はゆっくり答えた。

『わからぬいほうがいイ……』

すでに兄の声では無かった。兄はそのままヒタヒタと家に戻っていった。

僕は、すぐさま兄を真っ青にしたあの白い物体を見てやろうと、落ちてる双眼鏡を取ろうとしたが、兄の言葉を聞いたせいか、見る勇気が無い。しかし気になる。

遠くから見たら、ただ白い物体が奇妙にくねくねと動いているだけだ。少し奇妙だが、それ以上の恐怖感は起こらない。しかし、兄は…。よし、見るしかない。どんな物が兄に恐怖を与えたのか、自分の目で確かめてやる！僕は、落ちてる双眼鏡を取って覗こうとした。

その時、祖父がすごいあせった様子でこっちに走ってきた。僕が『どうしたの？』と尋ねる前に、すごい勢いで祖父が、『あの白い物体を見てはならん！見たのか！お前、その双眼鏡で見たのか！』と迫ってきた。僕は『いや…まだ…』と少しキョドった感じで答えたら、祖父は『よかった…』と言い、安心した様子でその場に泣き崩れた。僕は、わけの分からないまま、家に戻された。

帰ると、みんな泣いている。僕の事で？いや、違う。よく見ると、兄だけ狂ったように笑いながら、まるであの白い物体のようにくねくね、くねくねと乱舞している。僕は、その兄の姿に、あの白い物体よりもすごい恐怖感を覚えた。

そして家に帰る日、祖母がこう言った。『兄はここに置いといた方が暮らしやすいだろう。あっちだと、狭いし、世間の事を考えたら数日も持たん…うちに置いといて、何年か経ってから、田んぼに放してやるのが一番だ…。』

僕はその言葉を聞き、大声で泣き叫んだ。以前

の兄の姿は、もう、無い。また来年実家に行った時に会ったとしても、それはもう兄ではない。何でこんな事に…ついこの前まで仲良く遊んでたのに、何で…。僕は、必死に涙を拭い、車に乗って、実家を離れた。

祖父たちが手を振ってる中で、変わり果てた兄が、一瞬、僕に手を振ったように見えた。

僕は、遠ざかってゆく中、兄の表情を見ようと、双眼鏡で覗いたら、兄は、確かに泣いていた。

表情は笑っていたが、今まで兄が一度も見せなかったような、最初で最後の悲しい笑顔だった。

そして、すぐ曲がり角を曲がったときにもう兄の姿は見えなくなったが、僕は涙を流しながらずっと双眼鏡を覗き続けた。『いつか…元に戻るよね…』そう思って、兄の元の姿を懐かしみながら、緑が一面に広がる田んぼを見晴らしていた。そして、兄との思い出を回想しながら、ただ双眼鏡を覗いていた。

…その時だった。

見てはいけないと分かっている物を、間近で見ってしまったのだ。

『くねくね』<sup>7</sup>

この「くねくね」の特徴として同サイトでは以下を挙げている。<sup>8</sup>

- ・白い。又は黒い。
- ・人間では考えられないような格好でくねくねと動く。あるいは踊る。
- ・之が単に視界に入っただけでは害は無い。
- ・之が何であるかを理解すると精神に異常を来たす。
- ・夏の水辺で多く目撃される。

「杉沢村伝説」「くねくね」はそれぞれインターネット上で広まったもので、いずれも都市的空間から離れた舞台で描かれている。では、なぜ舞台は都市空間ではなく村落、田舎といった都市と対照的な場所に設定されているのだろうか。「杉沢村伝説」と関連の深い「八つ墓村」の舞台設定について、近代文学研究者の倉田容子は「鏡像としての村落－横溝正史『八つ墓村』」において「横溝正史の金田一耕助シリーズはしばしば謎解きのプロット以上に村落のローカリティの表象が読者

に強烈な印象を与えてきた<sup>9)</sup>としている。倉田は、真の怪異性というのは八つ墓村という忌々しい村の、迷信ぶかい人たちの考えかた自体ではなく、一見極めて合理的に彼らの「考えかた」を利用しているように見える犯人の思考が当初の動機から横滑りし、過剰な連続殺人へと膨張している点にあることを指摘している。また、八つ墓村を舞台としながらも、犯人も探偵も語り手も皆「異邦人」であり、彼らは八つ墓村を異界と見なしている点に注目し、これを彼らの視点が一様に「田舎」を眼差す「都会」の側に身を置いているとしている。

では、「杉沢村伝説」を眼差す我々や語り手も「異邦人」であり、「杉沢村」を異界と見なしているのだろうか。異界とは、小松和彦によると「自分たちの所属する社会集団や生活世界の向こう側に属する世界」「日常的な付き合いをもたない社会集団や自然環境」「信仰的・幻想的な観点から言えば、神や妖怪たちの住む領域」であり、都市伝説の語り手たちは都市伝説を「実際にあったこと」として発信しているが、「杉沢村伝説」のテキストを見ると冒頭の「地図上から抹消された村の話をしましょ<sup>10)</sup>」や「見にいっても辿りつけなかった人もいるぐらいなので、相当山奥なのでしょう<sup>11)</sup>」とあるように、現代の社会から隔絶を図ろうとする文章が多く残る。これは、語り手の意識のなかに少なからず「杉沢村」を異界と見なす意識があるということである。

この「異界」ということばから、「くねくね」との共通性を見出すことが出来る。「くねくね」はインターネット掲示板などでしばしば「妖怪」と揶揄されるように現実社会において現れることのないような異常な姿をしており、超自然的な存在といえる。実際、『日本怪異妖怪大事典』（東京堂出版、2013）にも立項されており、「妖怪」としての認知もされている。出現場所とされる水辺や田んぼは「くねくね」の存在によって「異界」化しているともいえる。この二つの「都市伝説」をみるとわかるように、これらの存在は都市など中心部や、身近な場所ではなく、都市とは隔絶された場所にある。

これらの「都市伝説」はなぜ都市ではなく「異界」に設定されたのだろうか。倉田の論に戻ると、横

溝正史の『八つ墓村』と同じ金田一耕助シリーズの『本陣殺人事件』の画期的特徴は「定住拒否」が生む都会人の「胎内願望」から敗戦後の住宅事情を背景とした「定住憧憬」へとシフトチェンジした点<sup>12)</sup>にあるとし、「憧憬」とは明らかに異質な欲望が潜んでいるように思われてならなく、『本陣』の語りは農村の生活様態を異様なものとして眺めているのだという。「農村は居住空間＝自己領域が確保された安寧の地というよりも、『旧幕時代』の名残を留める封建的な共同体として、それゆえ『都会』生活者の好奇心をくすぐるエキゾチックな空間として語られる。<sup>13)</sup>」とあるように、創作物においての農村という場所は、生活の場という要素よりも、旧時代に対する好奇心や、言い知れぬ不安感が勝り、結果として農村そのものを「異界」視してしまうのではないだろうか。

現代の都市伝説を考えるうえで、「杉沢村はどこにあるのか」「くねくねはどこに現れるか」といったように、場所性の要素は深く関係性があり、都市と人の関わりを考慮しなければならず、怪異と場所との関係性を考えることとした。

高岡弘幸は「幽霊の変容・都市の変貌」のなかで高知市での聞き取り調査に基づいて前近代から近代を経て現代に到るまでの「幽霊」の内容を明らかにし、都市の変貌と結び付け考察している。これによると高知市での聞き取り調査や文献資料による前近代の幽霊について、前近代の高知では農村部や山村部には「河童」や「山姥」などの妖怪が、城下町の怪異では「幽霊」譚が主であったとしている。昭和の初め頃（1930年代）に、少なくとも高知では妖怪から幽霊への転換が起っており、前近代での幽霊の主な出現場所がマチであるならば、明治以降の近代化を「都市化」「消費社会化」と置き換えると、妖怪の消滅と幽霊の増大は社会変化に深い関連があるのではないかと指摘している。つまり、「都市化」「消費社会化」という要素から東京を基点として前近代のマチを結節点に全国の津々浦々が近代化し、同時に前近代の主に関与したマチの怪異であった幽霊が場所を問わず出現するようになったということである。これは言い換えると、幽霊＝都市の怪異の特徴であるならば、全国各地で「都市化」が進行したと読み取れる。コンビニなどに代表される近代的建物の増

加に象徴されるような全国各地がおよそ地域的な特徴を持たない「非・場所性」の都市となったということであるという。

また、高岡は現代の幽霊の出没の場所について①「橋・峠・トンネル系」②近・現代的な建物に出没するといった「建物系」③カメラやビデオ、パソコン、携帯電話などによる「メディア系」に分類している。特に近年は特定の場所との結びつきのまったくない③の「メディア系」が中心であることを指摘している。

この③の「メディア系」の怪異の一例として、以下の怪異譚を挙げている。

“高知県の室戸岬にある大きなホテルの廃墟は幽霊が出ることで有名である。そこで数名の若者たちがそこを探検することにした。

廃墟となったホテルのなかを歩いていると、一人の女性の携帯電話が鳴った。見ると非通知での着信だったが、通話ボタンを押した。すると若い女性の声で「このホテルのトイレに閉じ込められているので助けて欲しい」という。なぜ番号を知っているのか不思議に思いながらもトイレを探し出し、ドアを開けてまわったが誰もいない。たちの悪いはずらと思って帰ろうとしていると、また非通知で電話がかかり「さっきは助けてくれて、ありがとう」といわれた。”<sup>14</sup>

この怪異譚は、一見すると分類上は②の「建物系」に分類されるような怪異譚であるが、携帯が文中に登場することが重要であると思われる。高岡は、わざわざ携帯電話を使い、救いを求めるという行為について、これが助けを求める叫び声などであったならば「場所性」の怪異譚として分類できたが、現代の生活における携帯電話の位置づけが重要としている。

携帯電話は現代社会において自分の世界、自分そのものともいえる。地理的拘束が消滅したことによって「私」が生きる都市空間が「ケータイ」できるようになり、携帯があればどこからでも社会にアクセス可能になったということである。逆を言えば携帯がなければ社会へのアクセスが不可能であるということになるが、これが「インターネット都市伝説」のなかにも表れている。つまり、

田舎だとか、山奥といった、携帯電話の電波の届かない場所に怪異があるからこそ、「杉沢村伝説」や「くねくね」といったものが存在できるともいえる。

さらに高岡は『幽霊の物語から靈感の話へ—福岡県都市伝説調査資料より』で「幽霊の物語」であったものが「靈感の話」へ変容の考察を行っており、現在の幽霊譚における幽霊が語りかけなくなったことも特徴として挙げている。

「杉沢村」「くねくね」には「青森」や「秋田」など(くねくねについては明確な地名ではなく「たんぼ」など、場所のみの場合も)の場所が明記されている怪異譚であり、「場所性」の怪異と言えるが、高岡の指摘する「靈感の話」でもある。高岡の分類を借りるなら、「非・場所性」のメディア系の怪異の中の「場所性」を残した怪異というねじれが生まれている。つまり、「場所性」であるとか、「非・場所性」という問題ではなく、『「都市化による全国の画一的な「非・場所化」が問題になっているのではないだろうか。』

#### 4. インターネット都市伝説と「心の消費」

前章で「都市伝説」と場所との関わりについて述べたが、2章でも述べたように、「都市伝説」は社会の変動や状態に影響を受けやすい。本項では特に経済という面に着目して、世間と「都市伝説」の関わりについて論じる。

消費形態の変容について、まず日本の1980～1990年代の消費形態についてまとめる。大塚英志は1980年代末における「集める」という行為の変容についてキャラクター産業を例に検証している。1971年から74年にかけての「仮面ライダーズナック」のおまけカードに端を発した菓子類のおまけブームのなかで、「仮面ライダーズナック」と入れ替わる形で1987年から88年にかけて「ビックリマンシール」が爆発的なブームを呼んだ。「ビックリマンシール」は駄菓子のおまけにシールが付属しており、当時の子どもたちは憑かれたように収集していたと大塚は述べている。この時期、経済においては「仮面ライダーズナック」ブームの頃には不況下にあった。しかし、高度経済成長の終結しているなかでのキャラクター産業

の発展の例はこればかりではなく、奇妙ともいえるほどに成長をしていた。そして、特に「ビックリマンシール」には都市伝説的な創造力が背景に見え隠れしている。80年代末には「ドラえもん」や「サザエさん」などの最終話に関する都市伝説が子どもたちのあいだでブームになり、「ビックリマンシール」にも都市伝説のような憶測が流れていた。幼女連続誘拐殺人事件の犯人で世間を騒がせた宮崎勤といえ、現在でも知る人は多いが、その宮崎が容疑者として割り出される以前、犯人は被害者の幼女たちを「ビックリマンシール」で誘っていたのでは、というような憶測である。大塚は、こうした「都市伝説」的な匂いこそが数あるキャラクター商品のブームのなかで「ビックリマンシール」以前と以降を分かつものとしている。

「ビックリマンシール」以前のキャラクター商品は①人気のあるコミックや、アニメのキャラクターを商品に付加する②先行するアニメやコミックを持たないキャラクター、つまりキャラクター商品専用のキャラクターの二つに分類できる。

「ビックリマンシール」には、その裏面に「ウワサ」と称して、ビックリマンの物語の極めて微細な情報を意味ありげに記されており、これが作用したことによって子供たちが「ビックリマンシール」を介してその向こうに異界を見てしまう仕掛けを作っている。このように商品そのものでなく大きな物語、言い換えるなら世界観の消費をするような物語を消費する消費形態のことを物語消費<sup>15</sup>と呼んだ。

つまり、消費社会において、「ビックリマンシール」以降のブームには「都市伝説」的噂がまわりついているということだ。

また、東浩紀はこれを踏まえた形で1990年代後半以降、物語(大きな物語)でなく作品の構成要素そのものが消費の対象となっている意味でこれをデータベース消費と呼んだ。21世紀はポストモダンと呼ばれ、ポストモダンでは個人の自己決定や生活様式が多様化され、「大きな物語の衰退」とも置き換えられるようだ。しかし近代と同じように、ポストモダンにおいても無数の「大きな」物語がつくられ、流通し、消費されている。このことから東はマクロな水準でもミクロな水準でも、現在の状況は大きな物語の衰退というより

も物語の過剰や氾濫と位置付けている。例を挙げるとインターネットで政治分析からカルトや陰謀論、内部告発まで、世界中の人々が投稿した無数の大きな物語で満ちているという状態がこれにあたる。もちろん現代社会においても無数の物語によって満たされているが、それがいかに壮大な物語であっても多様な消費者の好みに合わせてカスタマイズされ、「ほかの物語を想像させる寛容さ」<sup>16</sup>を抱えてつくられるかぎり、それは「データベース消費」のもとにある「小さな物語」にすぎない。

この「大きな」「小さな」物語の論争は多く交わされているが、民俗学者である飯倉義之は「都市伝説化する『想像力』 - 『大きな物語の喪失』と陰謀論的想像力」の中でマスメディアやインターネットメディアなどを通じて広まる都市伝説が、初発の「都市伝説」の意図するところの「現代的な生活を背景として話される真偽不明のうわさ話<sup>17</sup>」ではなく、社会の裏側でめぐらされている計略がすべてを決定しているという「陰謀論」となっていることを指摘し、その背景に、複雑化する社会の不安があることを論じている。また飯倉はこの中で「大きな」「小さな」は人々を外側から眺めたメタ=研究の視点に過ぎず、個人が個人の外側に個人の物語を比較する「大きな物語」を持たないとしたら相対的に「小さい」とされた物語は唯一にして極大の物語になり、個人の「小さな物語(とされる物語)」が社会や世間と等価なものとして通用するという錯誤を起こす、つまり小さな物語の肥大化が起こっているとしている。

日本における消費論のこういった流れとはことなり、ひとつ提示するのは「心の消費」という概念である。「心の消費」とは、アメリカの経済学者トーマス・シェリングが“The Mind as a Consuming Organ”<sup>18</sup>という論文のなかで提唱している概念である。この論文は日本語訳がまだなされていないため、筆者のつたない邦訳になってしまうが、アメリカで「名犬ラッシー」が放送当時に社会現象を起こした例から述べている。シェリングはラッシーの死について論理的(左脳)、つまり事実上はラッシーが存在せず、演者としての犬がいるということがわかっていながらも直観

的（右脳）にはラッシーの死に直面していることで視聴者は往々にして悲しんでいるとしている。子供はラッシーの死に悲しんで泣き、親はその様子を見ることで悲しみを得ている。

また、仮想を現実のように扱う例として、ジェットコースターを挙げている。ジェットコースターは安全であり、危険な旅行とおなじような興奮を得ることができるとし、ソロモンとコービットの議論を例に痛みまたは恐怖を与えることから有用性を生み出す「opponent process」の概念を採用している。これは、スカイダイビングの体験者の高揚感や興奮状態がその後24時間続いたという実験を挙げている。例えば、スカイダイビングや恐怖映画の中での危険というのは、本質的な恐怖ではなく、管理された安全な恐怖であり、仮想の恐怖感を味わうための装置である。この時危険はコントロールされるうえ、高揚したことで脳は騙されながら刺激されるが、なにかの精神疾患というわけではなく、脳は正常に作動している。このことから消費者として我々が心で生活しているということが確認でき、その代表例が「名犬ラッシー」なのだ。「名犬ラッシー」はフィクションであり、主に楽しみのために存在しているが、絶えず人々の心をとらえ、楽しませている。

例えば、ラッシーが死を免れたらどうなるのであろうか。シェリングは例として、自分が応援しているチームが負けた時、勝った側に変更することは不可能であることと同じであるとしている。負けたことを知覚したうえで、相手チームの勝利の喜びを得ることは不可能だからだ。つまり、ラッシーは死を免れず、ラッシーの身に何が起こるかについて気にする間もなく死は起こり、ラッシーを精神的に甦らせることも不可である。では、この死を免れず、人々は何を得ているのだろうか。代替物はなにか、という問いは、自身が何を消費するかという点である。ひとつの物語を消費するとき、物理的に、本または1巻のビデオテープを購入する。しかし、それは原料であり、本当はその物語にかかる数時間のエンターテインメントを「消費」している。それにより得るものは、退屈という放心している時間からの脱出の数時間である。もちろん忘却という方法もあるが、忘却は一時的であり、物語の内容や時間を消費してはいないこ

とになってしまう。

ここで作用しているのが「消費器官としての心（the mind as a consuming organ）」である。我々は五感を操作できたとしても、好物を食べると同じように、嫌いな食べ物を楽しむことができない。生じる味や匂いを消費しているともいえるからといって味覚や嗅覚を操作できればいいということではなく、同時に様々な要因によって精神的な活動が行われていることで好物が形成されているからこそ不可能であるということである。

つまり、シェリングは名犬ラッシーをみた多くの子どもたちが感情移入し、社会現象になったことや旅行記を見ることなどで得ているものが架空のものにも関わらずそれを本物や現実と同じように消費していることを指摘している。この消費方法こそ「心の消費」である。

また、タイラー・コーエンはこれをベースとしてリーマンショック以後の人々がネットのさまざまな経路（twitter、Facebook、ブログなど）を通じてこの「心の消費」により傾斜しだしたことを指摘している。

これらの消費形態の変容はあくまで経済学からの視点かもしれないが、都市伝説および現代で都市伝説と呼ばれるものの語りにも直接影響があるように思える。

経済学者田中秀臣は、オンライン上での消費行動はとりわけ若者を中心に起きていて、内省的で私的な物語消費は経済的には低いコストしか必要としないことを述べており、自分で生産して自分で消費するような心の消費、お金を使わないで自己表現とコミュニケーションを楽しむ文化がデフレの進行とともにより若い世代に、また社会全体にさらに広がっていく可能性があるとした。現代の都市伝説が社会や生活文化の変容の影響を受けて様々な形に変化しているのは間違いないが、消費の傾向と都市伝説の変容とを重ねるなら、消費者の「心の消費」欲こそが「杉沢村伝説」や「くねくね」から場所性を排除しており、インターネットによって全国的に画一的な情報を提供することによって、それぞれが「杉沢村伝説」や「くねくね」の「その後」を追いかけ、心を満たしている。

この論を裏付けるのは「インターネット掲示板」や「ホームページ」による杉沢村探検の存在であ



## インターネット都市伝説の架空性と領域

る。「テレビでやっていたウワサの杉沢村に行ってきた」というような内容が写真とともに電子掲示板の書き込みや杉沢村を調査するための私設のホームページで無数に見受けられる。また雑誌掲載された内容を見ても、それらは事件の真相や、

青森で起きた実際の事件と重ね合わせる行為に焦点が当てられている。

紙媒体での広がりを雑誌記事で見ると、以下のような結果となった。

表1 「杉沢村伝説」に関する雑誌記事一覧

	タイトル	執筆者	雑誌名	発効日
1 A	テクノロジーから見る！業界アウトLOOK 10回 オカルト業界「杉沢村」のロマンには太刀打ち不能！？消えては現れる“泡沫ネット怪談”の現状	吉田悠軌	サイゾー	2013/08
2	メディアが生んだ都市伝説 その後の真相！ ※ゴキブリを食べた少年、ティッシュCMの呪い、人面犬の謎、音声混入怪奇音源、最恐！杉沢村伝説	中田薫	実話ナックルズ	2010/12
3	伝説崩壊「杉沢村」の謎 1人の殺人鬼によって滅亡した地図に載らない村の正体 ※ナンパしても遊ぶところがなにもなく心霊スポットを作ったという男		実話ナックルズ	2009/04
4 B	青森県の奥地で起きた“連続肉親殺人事件”の真相 実在した！“呪われた村”実録“杉沢村” ※昭和28～31年に起きた3件の肉親殺人	石川清	不思議ナックルズ	2007/09
5	日本の2大最恐スポット恐怖伝説に終止符を打つ！ 東北最大のオカルト都市伝説“杉沢村”伝説の真相を見た！1人の殺人鬼によって滅亡した幻の村※青森	赤福すずか	不思議ナックルズ	2003/11
6	青森 DeepWalker 怨霊の棲む、呪われた極東の地 日本中を巻き込んだ巨大都市伝説に終止符が！？西の「犬鳴峠」と並び怖れられる杉沢村の全貌を公開！	猫田ハジメ	実話 GON! ナックルズ	2003/07
7	アンビリバーボー特集平成「八つ墓村伝説」※青森・「杉沢村」、新潟・通称『ホワイトハウス』、神奈川・幽霊アパート、沖縄・幽霊ホテル、他		週刊大衆臨増	2003/03
8	誰もが知ってるアノ噂の真実 巨大都市伝説を追え！20世紀最後の巨大都市伝説がもたらしたものの「杉沢村」外伝 ※TV『アンビリバーボー』スタッフ批判	赤木太陽	実話 GON! ナックルズ	2002/12
9	霊界紀行 オカルト10大ニュース2001 ※青森県杉沢村の怨霊騒動、岐阜県加茂郡の幽霊団地、安倍晴明ブーム、売れるワラ人形、座敷わらしの出る温泉宿、他		週刊実話別冊	2002/01
10	この世の不思議は…『アンビリバーボー』に在り！ ※放送100回突破記念『奇跡体験！アンビリバーボー』収録に密着 好評だった『杉沢村』『スカイフィッシュ』他	所ジョージ 佐藤藍子 角井英之	FLASH	2000/10
11 C	DSJ ディスカバリースクープ Vol.1 1人の殺人鬼によって滅亡した幻の村があった！ 地図から消えた青森・杉沢村の遺跡	赤木太陽	ダークサイド JAPAN	2000/08

記事の重複を除くと、2000年から2013年の間に11件という結果となった。インターネットでの広がりと比較すると<sup>19</sup>この数値は非常に少ないように思える。インターネットによって広まった結果、雑誌などの紙媒体での拡散は必要性を失っているのかもしれない。雑誌記事の内容を見てみると、Aの記事の内容はおおまかに①杉沢村伝説概要②ネットゲームの怖い話③ツイッターで広まったオカルトアカウントとなっている。①での杉沢村は90年代末からはやりだし、青森県のとある場所で起こったこととしている。朽ちた鳥居とともに「ここから先に進めば命の保証はない」との看板があり、皆殺しの犯人を狂人とも幽霊ともつかない謎の殺人鬼としている。

また、②、③の話を通じて「怪談とネットとは切っても切れ離せない関係にあるのだが、その伝播力が強くなりすぎたためすぐに物語が作られすぐに消費され、そして忘れられていくスピードも速くなった。」と締めくくっている。

Bは青森で起こった4つの実際の事件として①猟銃八人殺し②ヒロポン中毒の弟を絞殺③クワで息子の頭を一撃④兄の頭をマキ割りで粉砕、を挙げている。どれも裕福な家で発生し、しかも一家の不良を真面目な家族が成敗したという図式をとっており、本当のタブーは都市伝説化されないと結論付けている。Cの内容は①地図上から消えた村の噂②FW内容としているが、聞き取り対象が限定的であるため、信ぴょう性という点は薄い。ここでの杉沢村は別名「首狩り村」とも呼ばれており、廃村となってしまった今でも、その土地には当時の面影が残っているとしている。村のあった場所には、血塗られたギロチン台が今でも残っていて、同地は青森市内でもタブー視されている村落で、自治体が存在そのものを隠しているともしている。

この記事で興味深い部分は、人里離れた山奥の村で、ひとりの殺人鬼が、村びと全員を斧で殺してしまったこの事件の出自を詳細に語っているところである。この記事によると、早くて96年7～8月頃には青森市内の若い世代の間で噂が流布して、怪談ブームが起きた98年から99年春先にかけてインターネットに登場しだしたとしている。「杉沢村伝説」の出現が、インターネット発

祥によるものではなく、地元の若者による語りから発祥したものであるとしている。ただし、出自が話題に上がることはほとんどなく、インターネットによって広まる要因としての関係性は薄い。そして、何が理由で地図上から消えたのかは結局わからなかったが、山奥のその住所らしき場所に、いかにも怪しげな集落(建物)はひっそりと存在していたと締めくくっている。

ここから判明することは、各雑誌記事による整合性はないが、これらの記事が憶測を頼りに、真相や所在地の究明を目指していることである。「本当のタブーは都市伝説化されない」という文言に象徴されるように、ここでは「本当にあったこと」としながら、「本当にあったこと」と「杉沢村伝説」とを区別をしていることが伺える。また、テキストの変更によって変化するのは、真相や体験談となっている。

もうひとつの都市伝説「くねくね」の動向に関しては、伊藤龍平が「続『くねくね』考」<sup>20</sup>においてインターネット掲示板の書き込みの動向を追うことで提示している。2003年から2009年まで、ひとつの掲示板で書き込まれた全書き込み数は324で、この中で類話が6、解釈が30、体験談が5つ書き込まれた。解釈が多く、ここでも「杉沢村伝説」と同じく真相に対するそれぞれの見解などがさかに行われている。つまり、「杉沢村伝説」も「くねくね」も、ある程度内容は固定化されていて議論の余地はなく、むしろ体験談や解釈など、あとあとから付加される情報にこそ現在の「都市伝説」の特徴が伺える。

また、オンライン上での発信、特にソーシャルメディアの特徴について、津田大介は以下の5点を挙げている。

- ①リアルタイム～速報性と伝播力
- ②共感・協調～テレパシーのように共有しあう
- ③リンク～具体的行動につながる
- ④オープン～参加も離脱も簡単
- ⑤プロセス～細切れの情報が興味を喚起する<sup>21</sup>

この特徴が顕著にあらわれているのは、「きさらぎ駅」<sup>22</sup>という都市伝説である。この都市伝説は2004年1月8日23時過ぎに投稿された、2ちゃ

んねるオカルト板というインターネット掲示板への書き込みが発祥の都市伝説であり、電車で帰宅していた女性が存在しないはずの無人駅に降り立ってしまったという話である。普段通勤に利用している電車が、20分以上もの間走り続けた結果、停車した駅は聞いたこともない「きさらぎ駅」であった。以後投稿者の「はすみ」の相談にスレッドの住民が応じる形で、約4時間に渡り彼女の周囲の実況が行われるといった内容で、この間①の特徴にあるようにリアルタイムで対応が行われていたようだ。他の4点の特徴も巧みに利用されたこの都市伝説は、リアルタイム性という特徴を活かして2011年以降SNSサイト「twitter」できさらぎ駅に着いたという形にあらわれている。しかし、いずれも「釣り」と呼ばれる自作自演行為だとされている。これらには原型と同じパターン、生還するパターン、釣りだと宣言するパターンがある。「きさらぎ駅」はもともと掲示板での書き込みだが、twitterを媒介にすることによってこれらの特徴をうまく利用しているといえる。2014年1月にきさらぎ駅にたどり着いたユーザーのつぶやきは2014年2月時点で6666リツイート（twitterの拡散機能）であり、その拡散性がうかがえる。

このように、都市伝説が特徴を活かし場所を移して注目を浴びるということも起こっている。「杉沢村伝説」と比較すると、どちらの都市伝説も閉鎖的な場所（架空であるか、実在するかは別として）に迷い込み、ソーシャルメディアによって場所の必要性が欠如しているが、都市伝説の「その後」がたどる道筋は大きく違う。杉沢村は場所がインターネットユーザーのなかで確定または仮定されており、そこへ調査に向かう・あるいは虐殺の起こった原因を探るのに対し、きさらぎ駅は派生も存在し、しばしばネットユーザーはそこへ迷い込むかその様子をネットを介してリアルタイムで動向を見守っている。マスメディアのように一部の発信者が情報を発信する時代から、ソーシャルメディアを使って誰でも発信者になれる時代へと転換したように、インターネット上での怪異は、現実的な場所ではなく、その媒体ごとの特質に依拠していることもその特徴である。

また、「釣り」という概念が、閲覧者の間には

多かれ少なかれ必ず存在する。「釣り」とは愉快犯的な行動であり、こういった都市伝説での「釣り」行為とは都市伝説をフィクションであると捉えたうえで、都市伝説を信じる人々を対象に騙す行為である。語り手が「釣り」行為前提で語る場合もあれば、閲覧者が「釣り」行為を疑う場合もある。しかし、この「釣り」という行為を含めて都市伝説というコンテンツを楽しんでいることもうかがえる。つまり、「都市伝説」に参加する人々にとって、真偽のほどはさして重要なことではなく、問題なのはその「都市伝説」がいかに楽しめるか、という点であることも述べておく。

## 5. おわりに

ここまで、「都市伝説」と場所性、心の消費と重ねて論じたが、現在のところ「都市伝説」に関する議論、特にネットロアと呼ばれるインターネット発祥の語りに焦点を当てた論文は少なく、当然執筆者の技量の問題、未熟さもあるが、やはりインターネットという文化が定着し、次代に到達するまではこの議論についての明言は困難である。また、資料収集や資料に関する信ぴょう性も薄いことから、現時点では現状の整理という部分までで研究の限界だと感じている。

しかし、ひとまずは現段階の終着として、これまで整理した「非・場所性」、「心の消費」の特徴から、現在の都市の様相を見ていく。都市伝説の特性上どれがどの順番で出回っているかを知るのには不可能だが、「杉沢村伝説」を例に挙げると、この都市伝説は2000年8月24日放送のフジテレビ系バラエティ番組『奇跡体験!アンビリバボー』放送内で取り上げられたことにより注目を浴びた都市伝説である。インターネットでどのように流布したのかは別としても「杉沢村伝説」に関する雑誌記事の一覧により、雑誌に取り上げられるようになるのは少なくとも「アンビリバボー」放送以後であることがわかった。記事の内容を見てみると、話の節々に異界的要素がちりばめられ、これだけを見ると青森の(地元の)なかでしか語られていなかったような、その場所特有の怪異譚として語られていることが読み取れる。この時点で「杉沢村伝説」は場所性の怪異譚として語られ

ていたのではないだろうかという仮説も浮かび上がってくる。この仮説のもとで考察すると、この物語が全国的な認知度を獲得していくのは「アンビリバボー」放送以降であり、先述の通り携帯電話などの情報機器があればどこからでも社会にアクセス可能な社会にあって、「杉沢村伝説」は内容こそ変わらないが本来持っていたような場所性はインターネットという壁にぶつかることによって失われていったのではないだろうかと考えられる。

繰り返すことになるが、都市伝説は社会の状態に左右されやすい。なので、これを支える社会の移り変わりをみると、地方の画一的な都市化の現象は重要である。これはつまり、どこでも都市であるとも言うことができ、都市と都市との間の物理的距離の拘束も現在は交通の発達によりほぼ消滅してきている。我々の暮らす町並みが都市化していくにつれ、都市は希少性をなくし、当たり前風景になっていく。だからこそ、「杉沢村伝説」や「くねくね」を見る人は田舎や農村に希少性やある種の憧憬、反対に社会からの隔絶や閉鎖的社会的イメージとして、徐々に失われつつある田舎や農村に「異界」を投影している。

「心の消費」が社会とどう関わっているかというのは言うまでもなく、現代において金銭を使わずに暇をつぶしたり、対面せずとも人とコミュニケーションをとることができるなど、現代の生活様式はこの「心の消費」行動に傾倒した社会になりつつある。

この消費形態がよくあらわれている事例がある。『UNAGI TRAVEL』という、ぬいぐるみに自身の代わりに旅行をしてもらう旅行代理店というサービスの成立である。このサービスは何らかの理由により旅行に行けなくなった人々にとって、自身の代わりではあるが風景を楽しむことができ、非常に好評のサービスであるようだ。

また、小さな物語の肥大化というような現象は「都市」や「自己」の矮小化とも言い換えることができる。2000年以前までは社会的な問題に左右され、噂話も明滅するように盛衰を繰り返していたが、インターネットの存在によって社会的な充足性には左右されず、噂話はいつでも、どこでも語られ、充満しやすい状態にある。

このような状態にある社会において場所性のある都市伝説を体験することができるのは、自宅にいながら買い物ができ、ブログによって自宅にいながら旅行気分を味わえる世の中において、娯楽のほんの一部として消化されているに過ぎないのかもしれない。しかしこのほんの一部の事象にさえ社会の様相は根深くあらわれ、影響を及ぼしているということをここに明示することが出来たのではないだろうか。

## 【参考文献】

- 東浩紀『ゲーム的リアリズムの誕生』講談社現代新書 2007.
- 飯倉義之「都市伝説化する「想像力」—「大きな物語の喪失」と陰謀論的想像力」『比較日本文化研究 15号』比較日本文化研究会 2012.
- 伊藤龍平「続・くねくね考—ネットロアと電承体—」『世間話研究第 22号』世間話研究会 2014.
- 大塚英志『「おたく」の精神史』講談社現代新書 2004.
- 倉田容子「鏡像としての村落—横溝正史『八つ墓村』」『昭和文学研究』昭和文学会編集委員会 2011.
- 小松和彦『「伝説」はなぜ生まれたか』角川学芸出版 2013.
- ジャン・ハロルド・ブルンヴァン『消えるヒッチハイカー 都市の想像力のアメリカ』新宿書房 1997.
- タイラー・コーエン『創造的破壊—グローバル文化経済学とコンテンツ産業』作品社 2011.
- 高岡弘幸「幽霊の変容・都市の変貌」『国立歴史民俗博物館研究報告』2006.
- 高岡弘幸「幽霊の物語から靈感の話へ—福岡県都市伝説調査資料より」45回国際日本文化研究センター国際研究集會予稿集 2013.
- 田中秀臣「デフレ不況で生まれた「心の消費」」([http://www.social-insight.net/archives/column/column\\_09.html](http://www.social-insight.net/archives/column/column_09.html))2014/12/13 閲覧
- 津田大介『動員の革命』中公新書ラクレ 2012.
- Thomas Crombie Schelling『The Mind as a Consuming Organ』Harvard U.P 1985.

## 【注】

- (1) ジャン・ハロルド・ブルンヴァン『消えるヒッチハイカー 都市の想像力のアメリカ』大月隆寛、菅谷裕子、重信幸彦訳、新宿書房 1997. P14
- (2) 前掲 1 p14-15
- (3) 前掲 1 p14-15
- (4) 飯倉義之「都市伝説化する「想像力」—「大きな物語の喪失」と陰謀論的想像力」『比較日本文化研究 15号』比較日本文化研究会 2012. P55-56
- (5) 「東奥日報」([http://web.archive.org/web/20080225174014/http://www.toonippo.co.jp/news\\_too/nto2000/nto20000903.html](http://web.archive.org/web/20080225174014/http://www.toonippo.co.jp/news_too/nto2000/nto20000903.html) 2014/12/13 閲覧)
- (6) 「怪異・日本の七不思議」(<http://www.orange.ne.jp/~kibita/jp7/> 内の <http://www.orange.ne.jp/~kibita/jp7/secret/1022.htm> 2014/12/13 閲覧)
- (7) 「そろそろくねくね」(<http://www5d.biglobe.ne.jp/DD2/Rumor/column/kunekune.htm> 2005/02/27 2014/12/13 閲覧)
- (8) 前掲 7
- (9) 倉田容子「鏡像としての村落—横溝正史『八つ墓村』」『昭和文学研究』昭和文学会編集委員会 2011.p13
- (10) 前掲 6
- (11) 前掲 6
- (12) 前掲 9 p13
- (13) 前掲 9 p13
- (14) 高岡弘幸「幽霊の変容・都市の変貌」『国立歴史民俗博物館研究報告』2006. p116
- (15) 大塚英志『「おたく」の精神史』講談社現代新書 2004. p235
- (16) 東浩紀『ゲーム的リアリズムの誕生』講談社現代新書 2007. p20
- (17) 前掲 4 p53-54
- (18) Thomas Crombie Schelling 『The Mind as a Consuming Organ』Harvard U.P 1985
- (19) 参考までに検索エンジン「Google」で「杉沢村伝説」と検索すると 約 70,200 件の web サイトがヒットする。
- (20) 伊藤龍平「続・くねくね考—ネットロアと電承体—」『世間話研究第 22 号』世間話研究会 2014. p1-3
- (21) 津田大介『動員の革命』中公新書ラクレ 2012. p100-106
- (22) 2ch まとめサイト - きさらぎ駅 (<http://like.net/2ch/fear/kisaragi.htm>) を参照。2014/12/13 閲覧)