

論文

メディア論としての社会システム論に基づく スター歌手森高千里の身体性と大衆文化 に関する考察

伊藤高史[†]

要約：本稿では、メディア論としての社会システム論という観点から、スター歌手として大衆的認知を獲得した森高千里が、「人形」や「アンドロイド」などといった非人間的な存在感を示す言葉で表現されたことの社会的意味を考察する。このことを通じて、大衆文化が持つ創造性とそれを生み出すメカニズムを明らかにすることが本稿の目的である。森高はメディアを通じて表象された「複製」こそが消費システムにとっては「オリジナル」として体験され、実際の森高は「複製の再認」であるという倒錯した状況を観察し、そのことを表現するパフォーマンスを行った。「人形」や「アンドロイド」といった表現が示唆するのはメディアの表象の中にあっても森高は独特の質感を持った存在として、「メディア的身体性」と呼び得るものを獲得していたことである。消費システムは文化産業システムと創作システムの作動の中に、消費システムがいかにして観察されているのかを観察し、そのことによって森高のパフォーマンスに「リアルなもの」としての意味を見出した。森高がメディア的身体性を獲得したことの分析を通じて、大衆文化における創造性は、様々な社会システムが複合的、重層的に連鎖し、相互に観察し合うことを通じて生み出されていることが明らかになる。

キーワード：社会システム論、メディア論、大衆文化、身体性、森高千里

目次

1. 本稿の分析対象と目的
2. メディア論としての社会システム論とベンヤミンの複製技術論
 - 2-1. メディア論としての社会システム論
 - 2-2. ベンヤミンのアウラと複製技術に関する議論とそれへの批判
3. 創作システムと文化産業システムから考える森高の身体性と大衆文化
 - 3-1. 森高千里とメディア的身体性
 - 3-2. 社会システムの相互観察と大衆文化
4. 結 語

[†]同志社大学社会学部教授

*2021年12月24日受付、2021年12月25日掲載決定

1. 本稿の分析対象と目的

音楽のパフォーマーは自律的なアーティストであるべきで、その背後に存在するプロデューサーらによって踊らされる「人形」であるべきではない。もしそのアーティストが人形にすぎなければ、それはそのアーティストが二流、三流の証左であると同時に、文化産業の非人間性を表すものである。このような見解は、大衆文化としての音楽産業を語るときに伝統的に認識されていたものではないだろうか。しかし近年では、Perfume や BABYMETAL といった、巨大な音楽産業のプロジェクトの一部として、そこで与えられた「振り付け」を演じることに徹し、あたかも「非人間的」な「人形」であるかのように振る舞うアーティストが大衆的人気を集め、しかもその人気は一過性のもではなくなっている。このような現象は、アーティストに、文化産業から独立した「魂」を求めるような伝統的見解からは理解し難いものである。我々は、そうした「非人間的」な役割に徹するアーティストたちが大衆的支持を継続して獲得している事実の中に、我々がアーティストに与え、またアーティストから受け取る「社会的意味」の変化を見てとることができる。ではそのような社会的意味の変化はいかにしてもたらされ、そのことは我々の社会の在り方にとってどのような意味を持つのであろうか。本稿ではこのことを明らかにするための作業の一環として、筆者が別稿で提示した社会システム論的な大衆文化の分析枠組みに基づいて、具体的事例の分析を行う。本稿の分析対象は、既に別稿でとりあげた、スター歌手として1990年前後に大衆的認知を得た森高千里である。特に、彼女を「人形」「アンドロイド」といった非人間的なものとして形容することに込められた社会的意味とその成立過程を分析することによって、メディア文化としての大衆文化が持つ創造性とそれを生み出すメカニズムについての新たな知見を得ることが本稿の目的である。

マスメディアと文化産業の発達によってもたらされた大衆文化を社会学の観点から分析するときの重要な視点の一つを、ドイツの哲学者テオドル・アドルノが与えてくれる。それは「大衆社会論」に基づいた批判であり、大衆文化が作り手と受け手の双方に対してもたらず「画一化」の力を批判するものであった（伊藤 2020 a）。そのようなアドルノの批判は、大衆文化の非人間性を告発するものであったと言えるだろう。

しかし、資本主義の非人間性を強調する議論は、資本主義社会をあまりに単純化して捉えてしまいがちである。特に資本主義という経済的な仕組みが持つ力を過度に評価して、社会の多面性を捉え損ねがちになる。これに対して筆者はいくつかの論考で、ドイツの社会学者ニクラス・ルーマンの社会システム論を参照しつつ、メディア文化としての大衆文化を複数の社会システムの複合性という観点から捉える視点を提示してきた。

特に、創作、文化産業、消費という3つの社会システムの複合的、重層的な連鎖という観点から大衆文化を分析する理論枠組みを提示し、それを実証分析に応用することを試みてきた。それらの分析においては、文化産業システムが本来的に過去との差異を生み出しながら作動する社会システムであることに加えて、異なる社会システム間の差異から生み出される葛藤が、大衆文化において創造性を生み出していることを指摘してきた。文化産業システムの作動が時間的に生み出す差異と、創作、文化産業、消費という各社会システム間の差異という、二重の差異の中に、資本主義社会における大衆文化の創造性や可能性を見出すことができることを示した（伊藤 2021 c; 2021 d）。

本稿では、スター歌手森高千里を再び分析の俎上に載せる。筆者は別稿で、アイドル歌手の「キワモノ」として評価されていた歌手・森高千里が、国民の多く（大衆）にとってスターとして認知されていく過程を、社会システム論の観点から分析し、文化産業の創造的機能について論じた（伊藤 2021 c）。しかしその論考においては、論旨を明確にする観点から、森高がスターとして独自の地位を確立するにあたり、その過程について同時代的にある程度認識している者であれば誰でも言及するに違いない、一つの論点を意図的に無視していた。それは「メディア」と「身体性」との関連である。森高はスターとなる過程で特にその外見的側面（ビジュアル）が注目され、しばしば「人形」や「アンドロイド」といった、非人間的な存在として形容された。森高の場合、彼女に対して「人形」や「アンドロイド」といった表現で形容することは決して、彼女を批判するために用いられたわけではない。むしろ後述の通り、彼女の固有性を積極的に肯定する文脈でそうした表現が使われてきた。本稿は、そうした社会的意味の生成が意味するところを、メディア論としての社会システム論という観点から分析するものである。

次節では、社会システム論とメディア論との関係を説明し、メディア論の古典として知られるウォルター・ベンヤミンの「アウラ」と複製技術についての議論を批判的に検討する。続く3節で森高が「人形」や「アンドロイド」といった言葉で表現されたことの社会的意味を社会システム論とメディア論の観点から考察し、4節で全体の総括を行う。

2. メディア論としての社会システム論とベンヤミンの複製技術論

筆者は別稿で、大衆文化を創作、文化産業、消費という異なる社会システムの複合性という観点から分析してきた。本稿でもこの枠組みを援用する。筆者が関心を持つのは、不特定多数の人々に影響を及ぼし得るマスカルチャーとしての大衆文化であり、ごく一部の愛好家が楽しむような文化的産物ではない。この理由は、既に別稿で述べた（伊藤 2021 d）。本稿がスター歌手としての森高に着目するのも同じ理由である。以下、

分析を進める上での前提として、社会システム論とメディア論の関係を明らかにし、メディア論の古典をととも言えるドイツの思想家ウォルター・ベンヤミンの「アウラ」と複製技術の議論を検討する。

2-1. メディア論としての社会システム論

社会システム論においては、社会システムとはコミュニケーションの連鎖を意味する。社会システムは「環境」を観察し、その環境から有意な情報を選択して自己のコミュニケーションを継続させていく。社会システムは常に「観察」するシステムである。社会システムは環境を観察し、意味を見出し、意味あるものに反応して作動を継続する。そして、「観察」が社会システムにとって本質的に重要なものであるからこそ、社会システム論は、「メディア論」と深い関わりを持つ。メディアとは常に、人々が何事かを観察するために存在し、また、その観察の在り方に深い影響を持つものであるからである。

このため、メディア論を教科書的に、包括的に論じた著書においては、一つの章や節を割いて、ルーマンの社会システム論をメディア論として論じたものが複数存在している (Lagaay & Lauer 2004 : 97-125, Mersch 2006 : 207-218, Ströhl 2014 : 127-140)。しかし、ルーマンが最も注目する「メディア」は、一般的に言われるようなテレビや書籍や新聞、あるいは、電話や手紙といったような、情報の伝達を主目的としたメディアではない。ルーマンは『社会システム理論』では、メディアの類型として、「言語」「コミュニケーションを拡充するメディア」「シンボルによって一般化されたコミュニケーション・メディア」の3つを区別し (Luhmann=佐藤 1984 [2015]=1993 : 219-222=252-254), 『社会の社会』では「流布メディア」と「シンボルによって一般化されたコミュニケーション・メディア (成果メディア)」に区別している (Luhmann=馬場ほか 1997=2009 : 202-205=223-227)。一般的な情報伝達の媒体としての「メディア」は「コミュニケーションを拡充するメディア」あるいは「流布メディア」であるが、ルーマンがより重視するのは、「シンボルによって一般化されたコミュニケーション・メディア」である。これは、社会システムを作動させるにあたって、それぞれの社会システムが有意かどうかを判断する根本的な基準となるようなものを指している。筆者が別稿で検討したボルツはこれを「制御メディア」と呼んでいる (Bolz=識名・足立 1993=1999 : 79=80)。「制御メディア」には権力や貨幣などが含まれる。ルーマンの社会システム論がメディア論として論じられるときに、しばしば論点となるもうひとつの点は、「メディア (Medium)」と「形式 (Form)」という2つの概念の組み合わせによって社会システムの作動を論じている点である (Lagaay & Lauer 2004 : 99-106, Luhmann=馬場ほか 1997=2009 : 190-202=209-223, Mersch 2006 : 212-215)。ルーマンの『メディアの現実』を翻

訳した林香里はこの場合の「メディア (Medium)」を「媒質」と訳している (Luhmann = 林 1995 [2004] = 2005 : 11 = 9)。本稿でも、一般的な意味での「メディア」との混同を避けるために「媒質」という訳語を使おう。単純化していえば、媒質とは社会システムを作動させる「社会的意味」を形成する要素であり、媒質が結びついて特定の社会的意味を持つときに、その社会的意味を持った媒質のまとまりのことを「形式」という。この理解に立つと、媒質同士がいかに結びつくか、つまり、媒質がどのような形式 (社会的意味) を有するかは、可変的なものとなる (Luhmann = 馬場ほか 1997 = 2009 : 199 = 219)。

このように、ルーマンの社会システム論は「メディア論」の観点からも着目されるが、テレビや書籍、新聞、電話、手紙などの一般的にメディアとして理解されているもの (「流布メディア」、あるいは、ボルツの言葉によれば「技術メディア」) には、社会システムとの関連ではほとんど論じられていない。このことについては筆者が別稿で言及した通りである (Bolz 2012 : 55, 63, 82, 伊藤 2021 a : 151)。

ドイツで盛んに論じられている「メディア論」の中では「メディア」の意味するところが拡張され、多義的に用いられている (Kloock & Spahr 2012 : 11)。しかしそのために、メディア論は抽象的な哲学的あるいは認識論的色彩が強くなり、社会学的な実証研究との接点が失われがちになるように筆者には思える。「メディア論」を論じるにあたっては、日常的な概念である「メディア」との関連が強調されなければ、実証的研究においては特に、議論を混乱させるであろう。

そうであれば、社会システム論が「制御メディア」とそれを通じた意味の生成に力点を置く議論であったとしても、日常的な意味においての「メディア」(技術メディア) を十分に考慮に入れて議論がなされなくてはならない。社会システムが「環境」を観察するとき、「制御メディア」によって自らにとって有意な情報を選び出し、自らの作動を継続させていくとしても、その観察は「技術メディア」の影響を強く受けざるを得ない。マスメディアが発達した社会では特にそのように言える。大衆文化とはメディア文化であり、大衆文化を分析対象とする際には、技術メディアの重要性は一層強まる。大衆文化とは、情報を大衆に伝えるマスメディアの発達を前提にしたメディア文化であるからである。この場合のマスメディアとは、情報を不特定多数の人々に伝えるマスメディアの道具である。その意味においては、テレビや雑誌などの伝統的なマスメディアから区別される、インターネット、スマートフォン、SNS などを通じたコミュニケーションもマスメディアの道具としての側面を持っており、その限りにおいてそれらは全てマスメディアと呼び得ることは別稿で論じた通りである (伊藤 2019 : 2-5)。

本稿のように、特定のスター歌手を分析対象とする場合、そのスターを「媒質」とし

て捉えることが可能である。スターという個人は、様々な社会システムの作動が交差する力関係の場であると同時に、様々な社会システムが観察する「媒質」であり、社会システムによって「スター」としての形式（意味）を付与される対象となる。芸能界では多くの才能と実力を持ったスター候補がしのぎを削るが、そのうちのごく一部の者のみがスターとしての大衆的認知を得ることができる。媒質としてのスター候補に様々な要素が組み合わさって、そのスター候補はスターとしての地位を手に入れることができる。オーディションによってドラマの主役の座を手に入れることができたとしても、その作品の出来が悪ければ、かえってその俳優のイメージダウンになってしまうこともある。その反対に、一世一代の当たり役を得て、その作品によってのみ長く大衆の記憶に刻み込まれる俳優もいる。媒質としてのスター候補がいかにして大衆的認知を獲得するスターとしての「形式」を得ることができるのか。これは言い換えれば、消費システムによって、スターとして発見されるべく、媒質としてのスター候補生がいかにして「スター」としての意味を得るのか、という問いにつながる。そしてメディア論における伝統的な議論との関連で考えれば、消費システムにおいて特定の媒質に与えられるスターとしての形式は、「アウラ」という概念に近い。このアウラとは、先述のベンヤミンが『複製技術時代の芸術作品』において論じたところのものである。

ベンヤミンはドイツのメディア論における主要な論者の一人として位置づけられる（Kloock & Spahr 2012 : 13-37, Mersch 2006 : 64-70）。社会システム論をベンヤミンの議論と接続することは、社会システム論の射程を広げ、メディア論と接続するという点でも意味を持つだろう。既によく知られている論点ではあるが、ベンヤミンの「アウラ」と複製技術、すなわち「メディア」あるいは「マスメディア」との関連に関する議論を次項で確認し、さらに次節以降の議論のために、それに対する批判的な観点を提示しておきたい。

2-2. ベンヤミンのアウラと複製技術に関する議論とそれへの批判

ベンヤミンは、「芸術作品は、それが存在する場所に、一回限り存在する」ものであるという。しかし、複製された芸術作品には「いま、ここに在るという特性」が欠けている。技術的あるいは機械的に複製が行われる前にも、模写などの形で、つまり手作業で複製が行われることはあった。しかし、そうした手作業による複製は「偽造品」としての烙印を押され、オリジナルのものはその権威を完全に保持することができた。機械的な複製技術はそのようにはならない。その理由は2つある。1つは、技術による複製はオリジナルに対して自律性を持っていることである。このことを筆者の言葉で説明すれば次のようなものになる。俳優を写真で写してプロマイドにする場合、オリジナルは俳優本人である。しかし、複製技術を利用すれば、光の加減やアングルなどによって、

その俳優をいかようにも見せることができる。このような意味で、技術による複製はオリジナルに対して自律性を持っているのである。2つ目の理由は、技術による複製は、オリジナルの模造を、「オリジナル自体にかんしては想像も及ばぬ場所へ、運びこむことができる」ことである。これも筆者の言葉で説明すれば、欧州の大寺院も、アジアの片隅で写真として鑑賞することができる、ということである。複製技術は、このようにして、芸術作品の核心としての「真正性」を傷つける。真正性が傷つけられることによって、オリジナル作品の権威も揺らぐ（Benjamin=野村 1936 [1989]=2000:352-353=139-141）。

ベンヤミンは、複製技術が普及する前の伝統的芸術の権威を言い表すために「アウラ」という言葉を用いた。「アウラ」とは、作品のオリジナリティ（唯一無二であること）に由来する「事物の権威、事物に伝えられている重み」である（同上：353=141）。伝統芸術は魔術や宗教的儀式と密接に関係し、「真正の」芸術作品の独自の価値は、儀式のうちにその基礎をおいていた。伝統的芸術には宗教的な厳かさが付与され、人々は神に礼拝するような感覚で、伝統的芸術に接する。複製技術は、このような芸術作品の「アウラ」を滅ぼすのである。複製技術は複製されたものを、伝統の領域から切り離して、それを大量に出現させる。そして、受け手は、作品が生み出された環境とは全く異なる環境において、その作品にアクセスすることができる。芸術作品の技術的な複製が可能になったことで、芸術作品は儀式への寄生から解放される。芸術の社会的機能は総体的に変革され、芸術は儀式ではなく政治を根拠とするようになる（同上：355-357=145-147）。

以上がベンヤミンのアウラと複製技術に関する議論の要点である。メディアは非対面的なコミュニケーションの道具である。それゆえにメディアは、時間と空間を再編する力を持つ（伊藤 2019:6）。そのためメディアは、特定の時間や空間に縛られた芸術作品の権威としてのアウラを奪う力を持ち得るという議論は説得的である。しかし、伝統的な意味でのアウラがメディアの力によって消滅したという点だけを強調すれば、それはメディアの機能の一側面しか見ていないことになるだろう。メディアには新しいアウラを生成させる力を持っているからである。この点について美学者の佐々木健一が次のように説明している。

佐々木は言う。オリジナルに対するコピーという意味での複製を考えたときに、オリジナルがコピーよりも価値があると考えるのが通常の考えである。しかし、我々は多くの場合、複製を最初に経験してから、オリジナルの作品に向かう。テレビやラジオ、CDなどの複製技術を通してあるアーティストの音楽に触れ、そのあとで、そのアーティストのコンサートに行く。あるいは、メディアを通して名画の存在を知り、そのあとで展覧会に足を運んで「オリジナル」の絵画を鑑賞しようとする。つまり、我々の経験

は複製から始まるのであり、経験上は複製こそが「オリジナル」なのである。佐々木はこのような状況を、「倒錯」という言葉を使って次のように説明している（佐々木 2019 : 80-84）。

われわれを取り囲んでいる文化環境のなかでは、複製の存在が圧倒的なヴォリュームをもっています。それはわれわれの文化環境が、テクノロジーによって形成され、そのテクノロジーが複製を増殖させているからです。世界については、情報の99%はテレビや新聞、インターネットからやってきます。芸術については、まず画集を開いて名画を知り、ラジオやCDで音楽を聴きます。複製を否定することは、文化に触れることを拒絶するに等しいでしょう。また、拒んでみても、直接体験が最初の位置に来る、という保証は少しもありません。知りもしない名画を見たくなるひとはないでしょう。たしかに、オリジナルの体験が複製体験のあとに来て、複製の再認になっているというのは、倒錯した事態のように見えます。複製が生まれる過程からすれば、倒錯に相違ありません。しかし経験の実態から見れば、それが当たり前の状況である、と認識しなければなりません。このことを確認するとともに、複製の存在価値についての肯定的な根拠の一端を得たことになります。（佐々木 2019 : 83-84）

佐々木はこのように述べて、複製技術がつくりだす新たな芸術の在り方を肯定的に捉える。この佐々木の主張は、我々の認識においてテクノロジーによって形成されるような「メディア」の存在が不可欠であることを端的に示している。

上記のような佐々木の議論は説得的であろう。今日では多くのスターが、メディアという複製によってアウラという権威、すなわち、消費システムの作動の中で特別な形式（社会的意味）を与えられている。しかし、メディアが大々的にとりあげても、実際にアウラを獲得するものもあれば、そうでないものもある。多くの資本を投下した宣伝戦略が、特定のメディアコンテンツのプロモーションに有効なのは言うまでもないであろうが、多くの宣伝を行ったにもかかわらず、大衆的な人気を博したとは言えないコンテンツも存在する。そうであるならば、媒質としての特定のスター候補がスターとしての「形式」をいかにして得るのか、という点を具体的事例に即して考えることが重要な課題となってこよう。次節は、そうした具体的事例に即した分析となる。

3. 創作システムと文化産業システムから考える森高の身体性と大衆文化

森高がスターとしての大衆的認知を獲得する過程については既に別稿で論じたので、本稿では、社会システムによる観察とメディア、オリジナルと複製といった理論的視点から、森高が「人形」や「アンドロイド」といった、「非人間的」な身体性を持った存在として表現されていたことの社会的意味を明らかにしてゆこう。

3-1. 森高千里とメディア的身体性

森高という媒質としてのアーティストが有した固有の社会的意味を理解するために、彼女の固有性を表現するためにしばしば利用された言葉に着目する。それが「人形」や「アンドロイド」といった言葉である。

まずは、彼女を「人形」や「アンドロイド」といった「非人間的」なものとして表現した、当時のジャーナリズムに掲載されたいくつかの批評を見てみよう。音楽雑誌などの批評は、一方で文化産業システムの作動に属してアーティストに対する見方を構成し、消費システムに解釈枠組みを与える。そしてまた同時に消費システムの解釈枠組みを反映したものと考えることができる。音楽ジャーナリズムの中で繰り返される表現は、消費システムを作動させる社会的意味（媒質に与えられた形式）を示唆するものとして理解することができる。

彼女を「人形」のような「非人間的」な存在として表現した代表的論者は、「おたく評論家」を自称した宅八郎である。宅は、森高がメジャーな存在となりつつあった1990年に実際に彼女のフィギュア人形を作成し、それを持ってテレビに出演した。宅八郎は森高を「生きたレプリカント（人造人間）」と表現して次のように述べる。「絶世の美女アイドル。この世のものとは思えないプロモーション。」「もちろん単にプロポーションに優れた美女モデルはいくらでもいる。けれどそれは肉感的グラマーという意味しかもたないハズだ。森高のカラダはそんなナマなもんじゃない。非肉感的の肉体宣言！そう呼んでしまいたい、インダストリアルな脚線。クールな表情。正気とは思えないコスチューム。未来派デザイナーによって機械的に設計されたような流線のカラダはとても人間のものじゃない！」（宅1990a:53）。このような「とても人間のものじゃない」という、非人間的な彼女のイメージをメディアと結び付けて論じたのも宅であった。宅は次のように書いている。「電波を通じて、印刷物にのって日本中へ一億体の『森高千里』が流れてゆく。一目見てあまりにも強烈なインパクトの姿。歩くポップアート森高はもはやヒトではない。怪獣といってもいい商品だ。」「モニター、Vテープ、印刷物の数だけ森高のイデーは永遠に複製される。あのミニスカ姿で。〈森高〉というシステムの先端コスチュームに森高本人がいるというシミュラクル」。 （宅1990b:55）。

あるいはアイドルを社会学的に論じた法政大学の稲増龍夫は1990年の記事で、森高を「アンドロイド」という言葉で表現している。稲増によれば、秋葉原のウィンドーディスプレイは時代の鏡であり、1980年代初頭の秋葉原の顔はシステムコンポであった。そこからは、「ステレオ再生装置を前提とした新時代の音楽」としてのYMO（イエロー・マジック・オーケストラ）の音楽が流されていた。このように述べた上で、稲増は次のように続ける。「それから10年、90年代の秋葉原の顔はAV機器である。そして大型モニターから流れてくる音楽=映像は森高千里のライブ。」「お仕事に徹したクー

ルなポーカークフェイス。デジタルのりの無機的な振付け。そして着替えるたびに、これでもかこれでもかと、強調される脚線の魅惑。そこでは、あたかもアンドロイドのような、ソリッドな『機能美』の世界が展開され、進化したテクノキッズたちは、90年代版 YMO 体験として森高を受け入れた」（稲増 1990 : 86）。

このほかにも、人形やアンドロイドといった非人間的なものを示唆する単語で森高を表現することは繰り返されている。音楽ライターの高岡洋志は 1991 年の『古今東西～鬼が出るか蛇が出るかツアー』のライブビデオを批評する中で、森高の人気について「『ザ・ストレス』の大ヒット以降、森高は人形ちっくな衣装やユーロビートなど極端に強調されたアイドルの記号と、キツめのルックスや破天荒な自作詞といった彼女自身の個性とのギャップを意図的に露にし、“メディアによる虚構としてのアイドル”のパロディ的存在という特異な位置を保ってきた」と評している（高岡 1991 : 209）。文芸評論家の江藤正顕は森高の人气が落ち着いた 1998 年に公表した論文で、「人形として見られる森高。『バービー人形』のようだ、というような受け止められ方によって、そのアイデンティティが保証されるようなことは、実は、本末転倒ではなからうか？だが森高の場合、それが、それほど違和感なしに受け容れられてきた」と述べて、森高の特徴を表現している（江藤 1998 : 3）。森高が出産や育児などを経て、再びライブ活動などを活発化させた 2014 年のライブ批評でも、音楽評論家の池上尚志が当時 45 歳の森高について、「結論をいえば、森高千里はアンドロイドであった、という以外に説明の言葉がない」と評している（池上 2015 : 122）。

このように、「人形」や「アンドロイド」といった表現は、森高を語る際のキーワードとして長期間、利用されている。しかも、上記の引用からも、これらの表現は森高の個性を示すものとして肯定的な意味で使われていることは明らかである。このことが持つ社会的意味を考えるにあたり、彼女が大衆的認知を獲得した当初の状況を確認しておこう。

森高が大衆的認知を得た 1989 年ごろは、彼女の美貌と美脚を強調した個性的で派手な衣装やパフォーマンスが注目された。メディア（技術メディア）との関連で注目すべきことは、彼女が活躍をし始めた当時は、それ以前のテレビの伝統的な歌番組が視聴者の支持を得られなくなった時代であったことである。すなわち、歌手がスタジオに呼ばれて司会者などおしゃべりをして歌を披露する、というスタイルの歌番組が存在感を失った時代であった。毎週、その週のヒット曲に順位をつけて視聴者に届けていた日本テレビの「ザ・トップテン」は 1986 年 3 月に、TBS の「ザ・ベストテン」は 1989 年 9 月に放送を終了している。そうした中で森高のビジュアル的魅力を伝えたのはミュージックビデオであり、あるいは、当時としては新しいメディアであったレーザーディスクであった。1989 年の「ザ・ストレス」では、中華料理店でのウェイトレスに扮して踊

るミュージックビデオが「傑作ビデオクリップ」との評価を得た（高森 1995:70）。同年に発売された、かつてのアイドル歌手南沙織のヒット曲「17才」をカバーしたときには、ミュージックビデオであえて下着が見えるような演出を施した（前出：73-76）。森高は同年に、大胆に足を露出させた派手な衣装を着た森高の表紙写真が印象的なアルバム『非実力派宣言』を発売した。このような森高のビジュアル戦略は強いインパクトをもたらした。音楽ジャーナリストの能地祐子は次のように書いている。「『ザ・ストレス』で超ミニのウェイトレスに扮し。続く『17才』ではドレスのスカートをまくって、おしりに“M”の字がついたパンツを見せて。森高がテレビで見せた衝撃的なパフォーマンスに、世の中はアホのように喜んだ。その瞬間、森高千里は大ブレイクを果たしたのだった。89年のことだ」（能地 1990:87）。

このような森高のパフォーマンスは、アイドルであることのパロディとして解釈されたことは別稿で紹介した通りである（伊藤 2021 c）。しかし、能地が上記の引用部分に続けて、「そんなふうになってしまうと、彼女がいかにもスカートの裾をまくってブレイクしたようだけど。違う」（能地 1990:87）と述べているように、森高がミュージックビデオなどで提示したビジュアルの魅力だけを強調することはミスリーディングである。森高がミュージックビデオ上で上記のようなパフォーマンスをしたのは、彼女が大衆的認知を獲得する初期の段階のみであった。森高は 1989 年に、大衆的認知を得るきっかけをつくったアルバム「非実力派宣言」を発表して以降、1998 年までにベスト盤を除いて 9 枚のオリジナルアルバムを発表しているが、そのたびにスタイルを変え、またそれに合わせてライブパフォーマンスも変化させていった。そのスタイルの変化としては、例えば、自分で作詞作曲を担当し、さらに、ドラムをはじめとした楽器演奏を担当するようになったことに端的に表れている。そうしたことを通じて、そのファン層は、男性から女性へと広がっていった（「本音歌う 森高に共鳴 OL・女子大生ファン急増」『日本流通経済新聞』1991 年 1 月 12 日）。

そして、森高がミュージックビデオなどを通じて大衆的認知を獲得していった一方で忘れてはならないのは、森高は、歌番組やバラエティ番組の出演よりも、常にライブ活動を重視し続けたことである。彼女のライブへの傾倒ぶりを確認してみよう。

森高自身の回顧によれば、1987 年 9 月に東京・渋谷で初ライブを行い、これをきっかけとして事務所に対して「女優と両立はできないから、歌だけをやりたいです」と申し入れた（能地 1994:45）。その後 1988 年 3, 4 月は全国 8 か所、10, 11 月には全国 13 か所の学園祭ツアーを行うなど、精力的にライブを行うようになる。翌 1989 年 1 月の渋谷公会堂でのライブから凝った構成やめまぐるしい衣装替えなどを取り入れた試行錯誤が始まり、3 月からは全国 7 か所でのツアー、8 月には 4 か所でのツアー、10, 11 月には全国 21 か所での学園祭ツアーを行う。1990 年には 1~3 月に全国 21 か所でツ

アー、4月から9月にかけてはロック・フェスなどを含めた全国30か所でのイベントに参加。9～11月には学園祭ツアー、12月から翌1991年3月までは全国28か所での「古今東西 鬼が出るか蛇が出るか」ツアーを行った。このライブは「バラエティ的な演出とライブ的なノリを融合させた」ものであった(同上, 47)。1991年7月には全国11か所、10～11月には全国16か所でのツアーなどを行う。1992年4月から10月にかけては全国60か所の「ROCK ALIVE」ツアーを行った。これは「女性アーティストとしてはプリンセス・プリンセスに続く史上2人めの“全都道府県制覇ツアー”」となった。1993年5月からは2度目の全国都道府県ツアー(61か所)を行う(同上, 48)。この年の10月に発売されたシングル「風に吹かれて」はチャート初登場1位を記録するなど、森高は完全にスター歌手としての大衆的認知を得ることになる。

ミュージックビデオなどでの印象的なパフォーマンスによって大衆的認知を得た森高は、徹底的にライブを重視したアーティストであった。このような森高のパフォーマンスは、佐々木が指摘した複製とオリジナルの転倒に関する議論がよくあてはまる。我々はメディアを通じた表象をオリジナルとして体験する。そしてそのオリジナルのイメージをもって、リアル(オリジナル)なスターを目撃するためにコンサートに足を運ぶ。森高は一方において、そのような複製こそがオリジナルであり、我々は複製をオリジナルとして体験し、コンサートで体験するリアルな身体を持ったスターは、複製の再認であるという倒錯的な状況を明示した。さらに森高の場合は、過去のアイドルについてのイメージを模倣したパフォーマンスを行い、それがアイドルの「パロディ」として解釈された。この意味で森高は、過去のアイドルの複製としての側面も持っていた。ライブの観客は、オリジナルの森高の中に、二重の意味での「複製の再認」を行っていたと言えるかもしれない。

先述の通り、ベンヤミンはメディアによる複製がオリジナルに対して独立性を持っていることを指摘している。しかし、コンサートで目撃したオリジナルであるはずのアーティストが、ミュージックビデオにおける複製の劣化版に過ぎなければ、そのアーティストはスターとしての地位を獲得できないに違いない。森高は、過去のアイドルの複製としてメディア上でパフォーマンスを行い、さらにライブ上でも、そのメディア上でのパフォーマンスを再演した。しかし、そのライブでの再演は単なるメディア上のパフォーマンスの複製ではなく、それ以上の価値を観客に与えるものであったに違いない。そうでなければ、ライブを中心に活動した森高がトップスターとしての大衆的認知を長きにわたって獲得し続けてきたことを説明できない。

森高がライブを中心としたアーティストとして長期間活躍し続けていることを考えるとき、「人形」や「アンドロイド」といった言葉が「非人間的」なことを意味しているとしても、それは非物質的ではないことに思い至る。ミュージックビデオなどの「複製

技術」の中で表象された森高は、確かに「非人間的」な存在であったかもしれない。しかし、それはメディアという2次元的世界の中に存在するものではないということが「人形」や「アンドロイド」という言葉で表現されたと言えるだろう。というのも、前述のオタク評論家、宅の「非肉感的肉体宣言」という記述が示す通り、森高はメディアの中にあっても質感のある身体性を持った存在として記述されたからである。メディアを通して伝えられる森高の身体性は、他のスターのものとは異なる独特な質感を有したものであるとして理解された。稲増は先に紹介した記事の中で、森高がメディアの中で獲得した身体性について次のように記述している。「モニターの走査線上に定位される森高の脚線美は、美少女アニメのヒロインのようであり、生身の肉体が放つ生理的なオーラは感じられない。AV文化の進展は、電子的な擬似体験を『もうひとつの現実』にまで昇華させてきたと同時に、我々のリアリティー感覚を大きく変容させてきた。そこでは肉体さえも人間の生理から切り離され、情報化された映像イメージ空間のオブジェになってしまうのである」(稲増 1990:86)。

森高がメディアの表象を通じて獲得した身体性は「メディア的身体性」とでも表現できるものである。森高のメディア的身体性はメディアの中で表象されたものであったが、消費システムに「リアル」な質感をもって体験された。このことは、我々がどのようにして「現実」あるいは「リアル」なものを認識するのかを考えることによって理解できる。

哲学者の鷺田清一はモーリス・メルロ＝ポンティの現象学を解説する過程で、「自分たちにとってもっともリアルなリアルというものを考えてみたときに、われわれはそれが根源的に想像的な組成をしていることにすぐに気づかされる」と述べている。例えば、我々にとって最も根源的な経験であるはずの自分の全身像の経験すらも、「もろもろの感覚断片を想像的に縫い合わせた〈像〉でしかない」のである(鷺田 2020:140)。我々にとっての「現実(リアルなもの)」が「想像的な組成をしている」ということを社会システム論の観点から捉えるならば、それが意味していることは、現実が客観的に存在するものではなく、社会システムの作動の中で構成されていくものである、ということである。つまり、社会システムはあらかじめ「有意か否か」を判断する基準をもっており、その基準に従って情報を選択し、その選択した情報に反応しつつ作動を継続することで現実をつくりあげていく。この意味で「現実」は客観的に存在するものではなく、社会システムの作動によって構築されるものである。そしてメディア論の観点からすれば、我々が現実をつくりあげるにあたって必要とする知識は、我々が直接に触れることができるようなものによってではなく、メディアを通じてもたらされる知識や複製によって構築されている。

消費システムは媒質としての森高を観察した。これは、スターという存在がメディア

による複製をオリジナルとする倒錯した存在であることを示す創作システムの作動を観察することであった。森高がメディアの世界で人形のような、非人間的な装いで歌い踊る様は、我々の現実がメディアによる複製によってつくられているということのリアルな表象であった。スターの身体すらも、メディアを通じて伝えられてきた知識やイメージによって構築されていることの表現であった。端的に言えば、消費システムは、創作システムが消費システムを正しく観察している様を観察したのである。だからこそ消費システムは森高に、リアルさを感じさせる独特の質感を持った身体性を感じ、そこに消費システムを作動させる社会的意味を読み取ったと言えるだろう。次項では、このような社会的意味が生成した過程を、社会システムの相互観察という観点から検討することを通じて、大衆文化が持つ創造性とそれが生み出されるメカニズムについて考察する。

3-2. 社会システムの相互観察と大衆文化

日本のアイドル文化を研究したパトリック・W・ガルブレイスは、森高について、アイドル性を演じた代表的存在として論文の中で言及している。ガルブレイスによれば、森高はアイドル及びフィクションとしての自分自身に注意を引き付けるために最大限の努力を行った存在であり、ファンは森高を通じて「フィクションのゲーム」を楽しんだのだという (Galbraith 2012: 190)。森高のこのような「アイドルのパロディ」という側面を強調すると、森高は過去のスター（アイドル）の模倣をしたに過ぎないかのように解釈できるかもしれない。そうであれば、メディア文化論を論じる馬場伸彦が指摘する通り、人々がアイドルに魅了される理由を、人々が持つアイドルについての「集合的記憶」に求めることが説得力を持つだろう。馬場はいわゆる「地下アイドル」のような存在も含めた「アイドル」一般の魅力について論じており、「大衆文化」あるいは「大衆的認知を得た「スター」と言える存在を分析する筆者とは分析対象が異なる。この点を考慮しつつ、馬場の議論を検討してみよう。馬場によれば、アイドルとは、人々が「能動的に『見る』ことによって顕現化するイメージ」と言える。アイドルは「視覚イメージの先行」を特徴とし、人々が「眼差すことによってアイドルは所有可能（コレクション可能）な視覚イメージとなる」（馬場 2020: 48）。そして、「集合的記憶」についての議論を援用しつつ、「『アイドルらしさ』とは、個々人の過去におけるアイドル経験（アイドル表象）の記憶や思い出から汲み上げられ、モンタージュ写真のように組み立てられたものとなる」と馬場は指摘するのである（馬場 2020: 52）。

アイドルやスターというものは一般的に、社会的に共有されたイメージを再現するという側面があるのは事実であろう。しかし、アイドルの魅力を「集合的記憶」から説明することができるとしても、馬場のようにアイドル一般の魅力を集合的記憶という観点から論じてしまうと、「集合的記憶」こそがアイドルの「本質」であるかのような議論

になりがちである。そうした本質主義的な議論では、現実社会において「集合的記憶」がつけられ、更新され、あるいは変化していくという、その動態的側面が見落とされてしまう。集合的記憶は不変のものではなく、時代とともに変化していく。そして、多くのスター候補が互いに競争し合う中で、特定の者だけがスターとして、集合的記憶を更新し、その中に新たな「形式（社会的意味）」を創造することができる。この集合的記憶は、先のルーマンの概念で言えば「形式」であり、個々のアイドルやスターが「媒質」ということになる。そしてその形式は、先述の通り、社会システムによって作りだされる可変的なものなのである。

むしろ馬場の議論を社会システム論の観点から批判的に捉えることで、社会システム論の特徴とその有効性を示すことができると考える。消費システムは媒質としてのスター候補を観察し、そこに集合的記憶と結びついた形式を、すなわち「スター」としての社会的意味を与える。しかし、消費システムが創作、文化産業の社会システムから供給される媒質としてのスター候補を観察するように、創作システムも文化産業システムと消費システムを観察し、有意なものを探し、その意味をつくり出していく。文化産業システムは創作システム、消費システムと構造的カップリングの状態にありながら、常に過去との差異をつくり出す動態的な社会システムである。創作システムが文化産業システムの作動を利用しつつ、新たな作品（商品）を創造するとき、それは過去の消費システムを作動させた社会的意味の再現の過程であるだけでなく、その作動を未来へとつなげていくための新しい形式（社会的意味）の「創造」の過程でもある。森高は過去のアイドルのイメージの複製ではなく、パロディとして解釈されたのは、そこに創造性が見出されたからであろう。

馬場の議論においてはアイドルが眼差される受動的な存在として把握されているようである。このことから、アイドルの魅力の根拠としての集合的記憶は静態的なイメージで捉えられている。しかし、消費システムがスター候補（アイドル）を観察するように、スター候補という媒質において作動する創作システムあるいは文化産業システムも消費システムを眼差し、観察する。消費システムは文化産業システムを通じて創作システムを観察するのだが、それはすなわち、消費システムが他の社会システムによって観察される様を観察することでもある。このように大衆文化は複数の社会システムが独自の論理に基づいて互いを観察し、また、自身が観察される様を観察している。

では森高という媒質において作動した創作システムは、森高にどのような形式（社会的意味）を与えたのか。森高はまず、消費システムにとってのオリジナルは技術メディアを通じて構築された複製であるという、技術メディアが発達した社会における現実を示した。だからこそ、森高はアイドルの「パロディ」であると解釈されたと言える。そしてまた同時に創作システムの作動を通じて森高は、消費システムを観察し批評する主

体としての姿を提示することになった。例えば音楽評論家の湯浅学は1989年発売のベストアルバム『森高ランド』のレビューの中で「森高はある日、自分は見られることによって収入を得ているのだという点に、改めて着目しなおしたから成功した」と評している（『ミュージック・マガジン』1990年2月：265）。あるいは音楽ライターの高岡洋志は1991年発売のライブビデオ『古今東西』の批評の中で、彼女の魅力を支えるものとして「自己をも客体化してしまう奔放な批評精神」を挙げている（高岡1991：210）。音楽ライターの久保太郎は、1990年の森高のライブビデオを批評した記事の中で、「バブル絶頂期に独特のユーモアでポップに時代を批評した森高」と述べている（『ミュージック・マガジン』2015年5月：159）。これらはまさしく、批評する主体としての森高を言い表した表現である。

先述の鷺田は、メルロ＝ポンティの思想を解説する過程で、「見る」ことの可逆性を強調する。すなわち我々がものに触れるということが、ものに触れられていることを意味するように、見るという行為は見られるという行為と対になっているというのである。鷺田はこのように「見る」という行為を説明する上で、見る対象が「巻きつく」とか、「まなざしによる触診」という言葉を使う。例えば次のように述べている。「印画紙越しの、透明ガラス越しの、ブラウン管越しの誘惑、距離をへだてた誘惑がまさに誘惑であるのは、見えるものがわれわれの視線に巻きついてくるからではないのか。『巻きつく』ということは、比喩としてではなしに理解されねばならないのではないのか。視線によっても、手によってとは異なったしかたで、われわれは物に触れ、物を撫でまわしているのではないのか。なめるような眼がべっとりはりついたり、目ざわりなものが立ちただかるといったことが、比喩ではなしにあるのではないのか」（鷺田2020：134）。そして、こうした「まなざしによる触診」は、メディアを通じた表象を見るときにも言えるのだという。

わたしがここで念頭に置いているのは、テレビやDVDの映像であり、商品の広告写真や雑誌のグラビア写真のことだ。像そのものが存在であるようなものの知覚についてだ。なぜかというに、われわれの感じるリアリティが物との直接的な交流と外延を等しくしているようなケースは、われわれにおいてはもうほとんどありえないことだからだ。書物が開くリアリティが活字そのものではなく、活字の「あいだ」、あるいは活字越しに見えるものにあったように、ビデオ映像のなかの物や他者は、もうわれわれの知覚世界と地続きになっていない。（鷺田2020：139）

鷺田がメルロ＝ポンティの現象学から引き出した、見ることと見られることの相互作用は、森高という媒質を通じた、創作、文化産業、消費という社会システムが互いに観察し合う関係の中に具体化されている。消費システムは媒質としての森高を観察すると

きに、そこに消費システムを作動させる創作システムと文化産業システムの作動を見る。そしてそのことは、創作システムと文化産業システムに自らがどのように観察され、表象されているのかを、消費システムが観察することでもあるのである。

スターは文化産業システムや消費システムから観察される対象、あるいは媒質である。しかしスターを媒質として作動する創作システムは観察されるだけではなく、文化産業システムを通して消費システムを観察する。森高は文化産業システムによって過去につくられた集合的記憶以上の「形式」を獲得した。そのことの背景にあったのは、森高を観察される受動的な対象であることにとどめず、消費システムを観察し、自己を反省的に捉えし、パフォーマンスを展開させていく主体的な存在として作りあげていった創作システムと文化産業システムの作動である。森高はそうした社会システムの力が交差する場において、観察される対象から観察する主体へと、スターの立場を転倒させたのである。そして消費システムは、森高という媒質にそのような形式を与えた社会システムと文化産業システムの作動の中に、自己の作動を反省的に捉える契機を見た。森高は複数の社会システムが複合的、重層的に連鎖し合う媒質であることをリアルに感じさせるような形式を獲得し、そのリアルさの故に、森高は「人形」や「アンドロイド」といった言葉を通じて、独特の質感のある「メディア的身体性」を持った者として表現されたのである。

森高が獲得した、観察する主体としての「形式」は、大衆文化が社会の価値観を捉え直すための批評性を持っていることを明瞭に示した。大衆文化は資本主義が作り手と受け手の双方を画一化するだけの存在ではない。むしろそこには、社会の在り方を反省し、捉え直し、新しい価値を創造する可能性が存在している。そしてそのような大衆文化の創造性は、創作、文化産業、消費という社会システムが複合的、重層的に連鎖し、相互に観察し合うことを通じて生み出された。このことが、森高のメディア的身体性の分析から明らかになるのである。

4. 結 語

本稿では社会システム論をメディア論の観点から捉え直し、メディア論の古典であるベンヤミンのアウラと複製技術に関する議論を批判的に援用しつつ、スター歌手森高千里に与えられた社会的意味を検討した。森高の社会的意味を検討する上で着目したのが、「人形」や「アンドロイド」といった、非人間的な存在として森高の身体性を表現する言葉であった。森高は過去のアイドルを模倣したパフォーマンスを展開することを通じて、消費者の経験にとっては、メディアを通じた複製こそがオリジナルであり、複製を通してオリジナルを見出すという倒錯的な状況を表現した。このために森高はアイ

ドルの「パロディ」として消費システムに理解された。森高を「人形」や「アンドロイド」と評することは、メディアに表象される森高を、独特の質感を持った身体的な存在、メディア的身体性を持った存在として捉えることであった。社会システムは、社会システムの作動を制御する「制御メディア」と、観察の道具としての「技術メディア」を通して環境を観察し、現実を構築する。森高を媒質として作動した創作システムは、森高を観察される対象から、消費システムを観察する主体へと転換させた。消費システムは森高のパフォーマンスの中に、自らが観察される様を見たのである。森高のパフォーマンスが意味したのは、大衆文化が、我々にとって社会を批判的に捉え返し、新しいものを創造する可能性を持つものである、ということであった。そのような大衆文化の創造性は、異なる社会システムの複合的、重層的な連鎖と相互観察によって生み出されている。

以上のようなことを本稿では論じてきた。森高の活動を大仰な言葉で表現すれば、「実存は本質に先立つ」という、フランスの哲学者ジャン＝ポール・サルトルの言葉によって表現できるのではないか（Sartre = 伊吹 1945 [1996] = 1996 : 26 = 39）。森高は、アーティストの本来あるべき姿、つまりはアーティストの本質を表現したわけではなかった。むしろ、アーティストがメディアを通じて表現され、消費されていく現状を客観的に観察し、その現状を受け入れつつ、自己のパフォーマンスを展開していった。

森高のパフォーマンスは、「オリジナルがコピーよりも価値があるという『倒錯』」こそが現実であり、むしろ、それを「倒錯」であると認識していることの方が、現実から見れば倒錯であることを示したのである。大衆文化を、芸術の「本質」などに基づいて論じることの倒錯性は、筆者が別稿で論じた「現代のベートヴェン」と呼ばれた作曲家、佐村河内守の騒動によく表れている（伊藤 2021 d）。新聞などの大手のマスメディアでは、佐村河内が全聲ではなく、ゴーストライターの新垣隆を使って音楽活動を行っていたことが明らかになった後、「音楽そのもの」、つまりは音楽の「本質」ではなく、「障害を乗り越えた作曲家」といった「物語」に感動することについての批判が語られた。それらは一見もっともな批判に見える。しかし、そうであるのなら、なぜその音楽そのものが抹殺されなければならなかったのか。物語を離れても佐村河内の名によって発表された音楽に人を感動させる力があるのならば、音楽そのものまで抹殺する必要はない。しかし、佐村河内の CD は騒動発覚の後、販売禁止となり、彼の作品を上演するコンサートも中止とされた。佐村河内やゴーストライターの新垣が販売中止や上演中止を求めたわけではない。本当は誰でも、音楽の価値は音楽そのものだけで決まるものではなく、それを上演する人の外見やその背後にあるストーリーなど様々な要素が折り重なって決まるものであることを知っているのだ。にもかかわらず、いざあのような騒動が起こると、音楽は音楽そのものによってのみ評価されるのが当然であるかのような

言説が流布されることの方が倒錯状況であると言えるのではないだろうか。

人間であるところの歌手が「人形」や「アンドロイド」と形容されることは、アドルノのような古典的な大衆社会論に基づく文化産業批判の観点から見れば、あってはならないことであろう。それはまさしく、人間が「非人間的」に扱われていることの証左である。人間が非人間的に扱われるのは、人間が文化産業によってコントロールされているからにはほかならない。「人形」や「アンドロイド」と形容された森高について、非人間的な資本主義の論理に屈服し、「男性に媚を売る」ことによって「スター」としての地位を得た女性アーティストとして評価することも可能なのかもしれない。しかし、やはりそのような評価は一面的に過ぎるだろう。森高は、あるいは森高を媒質として作動した創作システムは、音楽やアーティストの本質ではなく実存から出発し、そして、それを反省的に捉えることを通じて、新しい表現と社会的意味を創造したのである。抽象的な本質から出発するのではなく、実存を肯定した上で、自らを反省的に捉えて新しいものを創造していった過程を、我々は森高がスターとしての大衆的認知を得ていった過程の中に見ることができるのである。

本稿で分析対象とした森高は、インターネットが一般的に利用されていない時代に大衆的認知を得た。インターネットとそれに続くスマートフォンや SNS の普及がメディア環境に抜本の変革をもたらしたことは言うまでもない。インターネットが普及して以降の大衆文化、メディア文化へと分析対象を広げていくことが、筆者の今後の課題である。

参考文献

- 馬場伸彦 (2020) 「視覚イメージとしてのアイドル論：「見ること」によって呼び出される集合的記憶」『甲南女子大学研究紀要 1』 56： 47-56。
- Benjamin, Walter (1936 [1989]) “Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (Zweite Fassung),” in Rolf Tiedemann & Hermann Schweppenhäuser eds. *Walter Benjamin Gesammelte Schriften VII-1*, Suhrkamp Verlag： 350-384. (=野村修, 2000, 「複製技術時代の芸術作品」多木浩二『ベンヤミン「複製技術時代の芸術作品」精読』岩波書店：133-203。)
- Bolz, Norbert (1993) *Am Ende der Gutenberg-Galaxis: Die Neuen Kommunikationsverhältnisse*, Wilhelm Fink Verlag. (=識名章喜・足立典子, 1999, 『ゲーテンベルク銀河系の終焉：新しいコミュニケーションのすがた』法政大学出版局。)
- (2012) *Ratten im Labyrinth: Niklas Luhmann und die Grenzen der Aufklärung*, Wilhelm Fink Verlag.
- 江藤正顕 (1998) 「森高千里流通論：な、よ、だわ、のかぐや姫」『比較社会文化研究』4号：1-15。
- Galbraith, Partick W (2012) “Idols: The Image of Desire in Japanese Consumer Capitalism,” in Patrik W. Galbraith & Jason G. Karlin eds., *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*, Palgrave Macmillan：185-208.
- 池上尚志「森高千里 11月18日 ゼップ東京」『ミュージック・マガジン』2015年1月：121-122。
- 稲増龍夫 (1990) 「森高千里と宮沢りえはわいせつか？」『Brutus』1990年9月1日号：86-87。
- 伊藤高史 (2019) 「インターネット・SNS時代の「マス・コミュニケーションの全面化」に関する考察：メディア社会学と社会システム論の観点から」『評論・社会科学』131：1-21。
- (2020 a) 「『啓蒙の弁証法』の文化産業論と社会システム論に基づくメディア文化の分析枠組み

- に関する考察』『評論・社会科学』134：1-20。
- (2020 b) 「ボードリヤールの消費社会の「理論」と社会システム論に基づくメディア文化の分析枠組みに関する考察』『評論・社会科学』135：55-71。
- (2021 a) 「ノルベルト・ボルツの「メディア論」と社会システム論』『評論・社会科学』136号：141-159。
- (2021 b) 「メディア文化の社会システム論的分析枠組みとボードリヤールのシミュラクルとハイパーリアル概念に基づく分析』『評論・社会科学』137：65-84。
- (2021 c) 「社会システム論的分析枠組みによるスター歌手森高千里の大衆的認知獲得過程の分析：理論モデルの実証研究への応用の試みとして』『評論・社会科学』138：21-39。
- (2021 d) 「「現代のペーター・ヴェン」と呼ばれた佐村河内守のゴーストライター騒動を巡る社会システム論的分析』『評論・社会科学』139：23-42。
- Kloock, Daniela & Angela Spahr (2012) *Medientheorien : Eine Einführung (4. Auflage)*, Wilhelm Fink.
- Lagaay, Alice & David Lauer eds. (2004) *Medientheorien : Eine philosophische Einführung*, Campus Verlag.
- Luhmann, Niklas (1984 [2015]) *Soziale Systeme : Grundriß einer allgemeinen Theorie*, Suhrkamp (=佐藤勉監訳, 1993, 『社会システム理論 (上)』恒星社厚生閣。)
- (1995 [2004]) *Die Realität der Massenmedien (3. Auflage)*, VS Verlag (=林香里訳, 2005, 『マスメディアのリアリティ』木鐸社。)
- (1997) *Die Gessellschaft der Gesellschaft I*, Suhrkamp Verlag (=馬場靖雄・赤堀三郎・菅原謙・高橋徹, 2009, 『社会の社会 1』法政大学出版局。)
- Mersch, Dieter (2006) *Medientheorien zur Einführung*, Junius Verlag.
- 能地祐子 (1990) 「90年代の青春を描き出す恐れ知らずのコドモたち」『ミュージック・マガジン』1990年12月：82-89。
- (1994) 「完全データ モリタカ・コンプリート・ヒストリー」『月刊カドカワ』1994年9月号：44-48。
- Sartre, Jean-Paul (1945 [1996]) *L'existentialisme est un humanism*, Gallimard. (=伊吹武彦, 1996, 「実存主義はヒューマニズムである」伊吹武彦ほか『実存主義とは何か』人文書院：35-81。)
- 佐々木健一 (2019) 『美学への招待 (増補版)』中央公論新社。
- Ströhl, Andreas (2014) *Medientheorien kompakt*, UVK Verlagsgesellschaft.
- 高森万里 (1995) 『森高千里を待ちながら・・・：スーパーアイドルの徹底解剖』KK ベストセラーズ。
- 高岡洋志 (1991) 「ついに本領発揮, “新しい” 森高」『ノイズ (ミュージック・マガジン別冊)』1991年秋：209-210。
- 宅八郎 (1990 a) 「レプリカントと森高千里が宣言する〈デクのポップ〉世界! (前編) (イカす! おたく天国 第16回)」『SPA!』1990年8月29日：53。
- (1990 b) 「非実力時代。森高千里は電子世界から, メディアをマッサージするアイドルだ!! (イカす! おたく天国 第17回)」『SPA!』1990年9月5日：55。

Analysis of Corporeality of Star Singer MORITAKA Chisato from the Perspectives of Social Systems Theory and Media Theory

Takashi Ito

This study aims to clarify the relationship between the changing meaning shared by the public and mass culture through the analysis of the meaning attached to the corporeality of star singer MORITAKA Chisato, who was described by such words as “doll” and “android,” associating her with the image of a non-human being. The case is analyzed based on social systems theory and media theory. MORITAKA performed as if she were a copy of the images of an idol singer shared by the public. Hence, she was interpreted as a parody of an idol star. The “copies” represented in the media are experienced by the audience as “original” in a world in which the media technology highly developed and a star singer, as a human-being, is a copy of media representations. Her performance can be interpreted from the perspectives of social systems theory as an expression of such a perverted situation based on the observation by the social system that created it. Such words as “doll” and “android,” which are frequently used to describe MORITAKA, suggested that the audience experienced her media representation as that of a person with texture and she acquired “corporeality in the media.” The social system which consumed her performance monitored how it was observed by the social systems which created and commercialized her and discovered that her performance was an expression of reality in a world in which media technology highly developed. The analysis of the corporeality acquired by MORITAKA in the media showed that creativity in mass culture stems from the complex overlap and mutual observation of the different social systems that create, commercialize, and consume the products in mass culture.

Key words : Social systems theory, Media theory, Corporeality, Mass culture, MORTAKA Chisato

