

The Ambiguous Non-Conformism: Representations of the Beatniks in William F. Brown's *Beat Beat Beat* and Consumerism

Yuri Shakouchi

This paper explores how the Beatnik stereotypes were referred to in William F. Brown's paperback comic book *Beat Beat Beat* published in 1959 and why. The Beatnik stereotypes began to emerge through young people with a particular admiration for the bohemian lifestyles of the predominant writers of the Beat Generation in the late 1950s. In some of the comic strips in *Beat Beat Beat*, the Beatniks were criticized because of their conformism to Beatnik non-conformism. Brown repeatedly suggests going back to the conformist way of life rather than living the Beatnik bohemian way of life. However, in the cover pages of the book, Brown's publisher tries to attract readers by drawing attention to the "hip" and "cool" elements of stereotypical Beatniks. Brown ended up to being unable to show freedom from mainstream consumer society and was, nevertheless, involved in the endless chain of hip consumerism.

曖昧な反順応主義—William F. Brown の *Beat Beat Beat* におけるビートニク表象と消費主義

社河内 友 里

1. ビートとビートニク

ビート・ジェネレーションは、1950～1960年代のアメリカで注目を集めた作家集団である。Jack Kerouac、Allen Ginsberg、William Burroughsら、ビート・ジェネレーションの作家（ビート作家）たちは、マッカーシズムなどの影響で保守的な傾向のあった当時の社会に反抗的な態度を示す文学作品を発表し注目を浴びた。禅仏教の思想を取り入れるなど、既成概念や伝統的な価値観にとらわれない自由な思想や、ジャズへの熱狂、性に開放的な姿勢、麻薬の使用等を含めた、ボヘミアン的なライフスタイルが描かれたビート・ジェネレーションの文学作品は、多くの若者に指示された。¹

ビート・ジェネレーションは1950年代末に注目されると同時に、多くの若者による模倣の対象となった (Welters 159)。ビート・ジェネレーションの文化（ビート文化）に追随した若者らはビートニクと呼ばれ、ステレオタイプ化された。ビートニクの男性は、“Goatees / Berets / Smokes marijuana / Jeans / Second-hand clothes / Free-form silver crucifix pendants / Dark glasses / Plays bongo drums / Paints large expressionist canvases / Chants poetry to jazz backup”、女性は、“Jeans / Black leotards / Waxy eye make-up / Svelte / Drinks dark espresso coffee / Dates black jazz players”という特徴と共に認識されるようになった (Watson 259)。また、“man”、“cat”、“crazy”、“daddy”、“hip”、“like”、“pad”、“way out”等の語彙を用いた独特の言葉遣いが、ビートニクの典型的な話し言葉とされるようになった (*Mad Magazine* 57 45)。² テレビドラマ初のビートニクの登場人物である Maynard G. Krebs が *The Many Loves of Dobie Gillis* (1959～1963) に登場すると、その間抜けで憎めない人物像と共に、上記の特徴的な服装や話し方が、ビートニクのステレオタイプとして広く認識されることとなった (Priore 16)。³

しかしながら、ビート作家らとビートニクのステレオタイプには違いがあった。ビートニクのステレオタイプは、メディアによって広く認知されていく過程で、元のビート作家らとは別のもの

のとなっていたのである。Fred W. McDarrah は、その違いを、以下のように指摘している。

There really are two kinds of Beats, people like [Kenneth] Patchen, the jazz musicians, [Norman] Mailer, Jack [Kerouac], Allen [Ginsberg], they're really Hipsters. The Beatniks are younger kids who are taking advantage of the trend. They don't know what they're rebelling against. They just can't get along with their parents so they run away from home. (McDarrah 384-5)

この記述からは、ビートニクの示す反抗的な姿勢が、中身を伴わない、表面的なものとして認識されていたことが理解できる。さらに McDarrah は、ビート作家らが、麻薬、ワイン、禅、ジャズ、性、独特な言葉遣いなどの新しい刺激から芸術を追求しようとしたのに対して、ビートニクはただ流行を追うだけの若者であったことを指摘している (McDarrah 380)。ビートとビートニクに関しては、ビート作家らもその明確な違いを指摘している。Cambell によれば、ギンズバーグはビートとビートニクについて、“‘beat’ was a state of being [···]; ‘beatnik’ was fancy dress. Beat was identity; beatnik was image” (Campbell 246) と述べている。ケルアックも著書の中で、ビートニクの文化について、“And so now they have beatniks routines on TV, starting with satires about girls in black and fellows in jeans[···], it's a simple change in fashion and manners [···]. So there's nothing to get excited about.” (Kerouac, “The Origin” 366-7) と述べている。ビート作家らは、ビートニクが示した反順応主義を、表面的なものであると考え、否定的に捉えていたことが分かる。しかし、当時の多くのメディアにおいては、ビートとビートニクは区別されることなく扱われており、その違いは一般にはあまり認識されなかった。

メディアにおけるビートやビートニクに関する言及数は、1959年に最大となった (Watson 333; Welters 163)。1957年、ギンズバーグの詩集 *Howl and Other Poems* に対する猥褻裁判や、ケルアックの *On the Road* の出版によって、ビート・ジェネレーションは一躍有名になった。そして、ビート文化への社会的反応は、1959年に最盛期を迎えることとなるのである (Welters 162-3)。それまで対抗文化に否定的であったメディアにおいても、肯定的であったメディアにおいても、それぞれのビート文化受容形態に大きな変化が起こった。主流メディアの中にはビート文化を受け入れ始める動きがあり、ビートニクの登場人物が登場する *The Many Loves of Dobie Gillis* のテレビ放送が始まった。一方で、ビート文化に対して否定的な立場をとるメディアも急増した。1952年創刊のアンダーグラウンド・コミックス雑誌である *Mad Magazine* も、そのようなメディアの一つである。1959年以前、*Mad Magazine* は、ビート文化を含む対抗文化に肯定的な態度を示していたが、1959年以降、突如、ビート文化を揶揄し始めたのである (*Mad Magazine* 45 2)。

本稿で取り扱う William F. Brown 著の *Beat Beat Beat* は、1959年、つまり、ビート文化がメディアにおいて最も注目された年に出版されたペーパーバックのアメリカン・コミックスである。本作品は、ビートニクの若者の生活を題材にした短編コミック集である。ビート文化の受容形態の

転換期とも言える 1959 年に出版された同作品のビート文化表象には、曖昧な形の反順応主義を読み取ることができる。本作品に見られるビート文化表象は、作品の中でどのように機能しているのだろうか。また、ビート文化表象から読み取れる曖昧な反順応主義は、ビート文化受容形態の転換期における作者のどのような立ち位置を示しているのだろうか。本稿では、*Beat Beat* におけるビート文化表象を、反順応主義、消費主義の観点から考察し、作品におけるその機能を明らかにする。

2. ビートニクの反順応主義の矛盾と順応主義的ライフスタイルへの回帰

ブラウンのコミックスにおけるビート文化表象は、ビートニクを、元ビートニクの立場から見ている点において特徴的である。ブラウンは、ビートニクの若者たちが、表面的な反順応主義的な生き方から、元の保守的で順応主義的な生き方に戻るべきであることを、本書の中で繰り返し主張している。例えば、本書には、ビート文化に魅了された過去のある、ある元ビートニクの男性についての短編コミックが掲載されている。同コミックは、その男性の過去の様子を示す絵と、それぞれの絵に添えられた、その場面を回想する男性の言葉によって進行する。“Way back, man, I used to whiff a little of the pod… keep up with the cool cats in high school…” という言葉で始まるこのコミックでは、彼がかつてビート作家らのようなボヘミアン的な文化を好む青年であったことが説明されている。このコマに描写されている過去の彼はマリファナを吸っているが、ビートニクのステレオタイプのな服装ではなく、普通のズボンとセーターを着ている。次のコマでは、“Later it was motorcycles… hot rods… chicken runs… Brando movies…” という言葉と共に、*The Wild One* (1953) に出演している Marlon Brando のようなバイク乗りの格好をした彼が大型バイクの前に佇んでいる姿が描写されている。さらに、次のコマでは、彼はジャズ好きの青年として描かれている。“Then I really balled with that New Orleans jazz… Satchmo, Ellington… Condon… Bix Boy…” という言葉と共に、トランペットを持ち、ラフな格好をした彼の姿が描写されている。そして、次のコマで、彼はついに完全にステレオタイプのなビートニクとして描写されることとなる。“Finally I was flying high… Zen Buddhism… yab-yum sessions… rucksack wanderings with kindred souls…” という言葉と共に描写されている彼は、顎鬚を生やし、暗い色のサングラスをかけ、サンダルを履いている。彼は椅子に腰かけて、禅の儀式である“yab-yum”や、魂を追求するためのバックパッカーとしての旅に出たことに言及している。同コマに描かれている彼の容姿はビートニクのステレオタイプそのものである。また、彼の行動は、まさに、ケルアックの著書 *The Dharma Bums* (1958) における禅への傾倒や放浪の旅の描写を思わせるものである。この場面において、彼は典型的なビートニクとして描かれているのである。

しかし、次のコマで、彼がビートニクのライフスタイルに矛盾を感じたことが描かれている。このコマには、ワインを飲んでいる彼の絵が描かれているが、次のような回想の言葉が添えられている。“But one night, in the Village, I met this vessel from Wellesley…”、そして、次のコマで、“I began to look upon my former life as a kind of conformity…” と述べている。このコマで、彼は、

とても真剣な表情で鏡に向き合い、伸ばしていた顎鬚をそり落としている。つまり、彼がステレオタイプのなビートニクの特徴である顎鬚を手放す様子が描写されているのである。その次のコマでは、“Her old man set me down at Amalgamated Tool & Die…”という言葉と共に、スーツを着て仕事用の椅子に座っている彼の姿が描かれている。そして彼は、“I found out I liked Westport, PTA, TV and tailfins!”、さらには、“My psychiatrist tells me I’m a happy man”と、微笑みを浮かべながら、満足気に言うのである (Brown n.pag.)。

これらの描写からは、過去の彼が、決められた形の反順応主義に盲目的に従っていただけであったことに気づいた様子が読み取れる。決められた形の反順応主義に従うという行為は、つまり、順応主義的な行為であったと気づいたのだ。そして、この男性は、元々彼が過ごしていた、保守的で順応主義的な中産階級のライフスタイルに回帰していったのである。ブラウンは、ビートニクの表面的な反順応主義に順応する生き方よりも、元の順応主義的な暮らしに価値を見出している。このコミックからは、ビートニクの反順応主義が、実は順応主義的であるという点において矛盾を抱えているのに対して、定職に就いて落ち着いて暮らす因習的なライフスタイルには一貫性があるという、作者の主張を読み取ることができる。

3. 順応主義的ライフスタイルへの回帰と自由

ブラウンはさらに、因習的で順応主義的なライフスタイルへの回帰が、より大きな自由を得ることに繋がるという考えを、本作品に収録された別の短編コミックの中で主張している。このコミックにおいて、ブラウンは、矛盾を抱えたステレオタイプのなビートニクの生き方から自由になることを決意する女性を描いている。このコミックも、先に論じたコミックと同様に、登場人物の絵による描写と、絵に添えられた独白の言葉で進行する作品である。このコミックの登場人物の女性は、婚約者を故郷に残し、単身ニューヨークに出てきた若い女性である。最初のコマで、外から自分のアパートの部屋に帰ってきた様子の彼女は、“When I finished high school I told Charlie, my fiancée, I was going to New York for a while and work as a secretary in an ad agency… He said no, don’t do it, you’ll lose your sense of values and become corrupted…”と述べる。そして、次のコマから、彼女はニューヨークでの暮らしの様子を、着ていたコートを脱ぎながら語り始める。すると、コートの下からは、黒いセーターとレオタードという、ステレオタイプのなビートニクの服装が現れる。さらに次のコマから、彼女は黒いセーターとレオタードを脱ぎ始める。ビートニクの服装を体から引きはがしながら、彼女は、当時、ニューヨークの中でもビート文化の中心的な場所であったグリニッジ・ヴィレッジで出会ったという男性との都会的な生活の様子を語り始める。この場面までは、彼女の表情は真剣で暗い。しかし、その次のコマからは一転してとても幸せそうな表情となる。このコマの彼女の言葉から、グリニッジ・ヴィレッジで出会った男性が典型的なビートニクであり、彼女の新しい恋人であることが理解できる。彼女の明るい表情から、彼女がビートニクの男性に好意を抱いているであろうことが窺える。そして、次のコマで、彼女は下着を脱ぎながら次のように言う。“He plans to move in tonight. So we can share the rent,

he says…”しかし、彼女はベッドの上でワインを飲みながら、さらに次のように続けるのである。“You know what I plan? To finish this phony wine, go back home and marry Charlie” (Brown n.pag.)。

この最後のコマにおいて重要なのは、彼女が喜びに溢れた表情と共に描かれていることである。この場面では、故郷に戻って婚約者と結婚するという、元の保守的で順応主義的な生活に回帰することを選ぶ瞬間の、彼女の喜びが強調して描かれている。作者はさらに、ステレオタイプのビートニクの服を順番に脱いでいく彼女の姿を描写することにより、彼女がステレオタイプのビートニクのライフスタイルに縛られた生活から次第に自由になっていく様子を示している。この場面では、この女性がステレオタイプのビートニクの反順応主義の限界から逃れて、自由になっていく様子が描かれているのである。

以上の二つの短編コミックからは、ビートニクの享乐的なライフスタイルには限界があるという作者の主張を読み取ることができる。これらの作品における作者の主張は、男性も女性も、一度実際にビートニクのライフスタイルを経験した後に主流社会の伝統的なライフスタイルに立ち戻っていくという点において説得力を持ったものになっている。さらに作者は、因習的で保守的なライフスタイルの中にある自由とビートニクのライフスタイルに見られる限定的な自由を比較し、因習的なライフスタイルに回帰することを肯定的に描いている。反順応主義的なライフスタイルに順応することには矛盾が生じるが、因習的で保守的なライフスタイルに順応することには、矛盾は生じないのである。

4. 曖昧な反順応主義

しかしながら、*Beat Beat Beat* において最も注目すべき点は、本の表紙に見られるビート文化表象である。表表紙には、まず、本作品のタイトルである *Beat Beat Beat* の文字が、赤、紫、橙の色で鮮やかに描かれており、本作品が、ビート文化に興味のある読者を惹きつける内容のコミックスであることが一目で分かるようになっている。また、タイトルの他に、次のような言葉が添えられている。“A hip collection of cool cartoons about life and love among the Beatniks” (Brown front page) さらに、ステレオタイプのビートニクの格好をした男女が、満面の笑みをたたえ、ワインを片手に踊っている絵が描かれているのである。また、裏表紙には、次のような言葉が綴られている。“CRAZY! Come on Dad. Crawl outa that pad. Get with it, man, as you can. We got subliminal sex. Who knows what next?” さらに続けて、“Dig this COOL collection of HIP CARTOONS. GET WITH the bearded BEATNIKS and Dharma Bums. GO, GO, GO – way out for KICKS – at home and on the road. IT’S WILD MAN WILD!” (Brown back cover) という言葉も添えられている。ステレオタイプのビートニクという言葉遣いに加え、ケルアックの *Dharma Bums*、*On the Road* や、John Clellon Holmes の *Go* など、ビート・ジェネレーションに関係のある文学作品名を羅列し、“beaded beatnik” の仲間になろうと呼びかけるこれらの言葉からは、ステレオタイプのビートニク文化への肯定的な姿勢が窺える。

さらに、本作品の一頁目には、表表紙を同じステレオタイプ的なビートニクの男性の絵が描かれており、“Are You a Beatnik?” という問いかけと共に、以下の読者への確認項目が掲載されている。

- ・ Do you like girls?
- ・ Do you cheer for the aspirin every time Bufferin reaches the bloodstream?
- ・ Do friends say you're subliminal behind your back?
- ・ Do you dig Mort Sahl for President?

If you can read... If you answered “yes” to every question – MAN, YOU'RE BEAT!

Now stop trying to sneak away without paying the nice thirty-five cents like everybody else. And don't let him sneak away either. GET WITH IT, MAN. DIG DOWN... DEEP! (Brown n. pag.)

読者に、読者自身がビートニク⁴であることを確認させる項目が並んでいる。さらには、読者に本作品を買うための35セントを払うことを促す記述が、ビートニクの独特な言葉遣いを用いてなされているのである。これらの記述は、ビートニクであること、及び、彼らのライフスタイルを扱う本作品を購入することが格好良いことであるという認識を示唆していると考えられる。

以上に示したように、作者及び本書の出版社は、表紙や一頁目にステレオタイプ的なビートニクの要素を散りばめることにより、本作品を、ビートニクに興味のある人々の目に魅力的に映るものにしてしている。作者は、コミックの中で、保守的で因習的なライフスタイルへの回帰を賞賛しているにもかかわらず、本書全体では、ビートニクの誘惑的なイメージを利用して、読者に本作品自体の消費を促しているのである。

5. 反抗するための消費

Beat Beat Beat に見られるこのような反順応主義への曖昧な立場は、Thomas Frank のヒップ・コンシューマリズムの概念と共に理解することができる。フランクは、1960年代のポピュラー・カルチャーにおいて顕著であった主流文化と対抗文化の二項対立に着目し、反順応主義的で、若く、反抗的で、個人主義的である、という要素が作り出す「ヒップ」なイメージを通して、商品がより売れる傾向にあることを明らかにした。フランクは、1960年代にCoca-ColaとPepsi-Colaの間に起こった「コーラ戦争」を例に示し、ヒップ・コンシューマリズムを説明している。フランクによれば、1960年代、新しくコーラの製造に参入したペプシ・コーラが、自社の製品に、“hip”、“youthful”、“smashes rules and inhibitions”、“for individualists”というイメージを持たせるための宣伝活動を行った。その宣伝活動は、同時に、コカ・コーラの製品に“square”、“fogey”、“hopelessly entangled in the stultifying postwar order”、“for conformists”という対立するイメージを与えることとなった (Frank 170-171)。ペプシ・コーラは、反順応主義的で「ヒップ」なイメージを自社

の製品に植え付けることにより、更なる消費を促すことに成功した。このように、ヒップ・コンシューマリズムでは、反順応主義的なイメージにより消費が促進される。

Beat Beat Beat の表紙や最初の頁に見られるステレオタイプ的なビートニクの肯定的な表象は、ビートニクの持つ反順応主義的で「ヒップ」なイメージを本書に与えるものとして機能していると考えられる。消費者は、本書を手に入れることにより、本書の持つ「ヒップ」なイメージを手に入れることができる。ビートニクのステレオタイプは、反順応主義を表す記号となっており、消費の対象となっているのである。

さらに、ブラウンがコミックの中で主張している、順応主義的なライフスタイルへの回帰も、ヒップ・コンシューマリズムの概念により理解することができる。フランクは、“New generations obsolete the old, new celebrities render old ones ridiculous, and on and on in an ever-ascending spiral of hip upon hip” (Frank 235) と述べているが、「ヒップ」なイメージは、「ヒップ」に対するさらなる「ヒップ」、つまり、「ヒップ」に対抗する「反ヒップ」な新しい世代の新しい反順応主義によって、絶えず更新されていくものなのである。*Beat Beat Beat* において作者が主張している、因習的な順応主義的ライフスタイルへの回帰は、ビートニクの表面的な「ヒップ」に対抗するための「反ヒップ」な態度の一つであると考えられることができる。

以上のように、一見矛盾するように思われる、本書の表紙及び最初の頁に描かれたビートニクへの肯定的な態度と、コミック作品の中に見られる順応主義的ライフスタイルへの回帰は、実は両方とも、ヒップ・コンシューマリズムの概念と共に理解することのできるものなのである。本作品において、ビート文化表象は、本作品に「ヒップ」なイメージを与えて消費を促す要素として機能しているのみならず、作者ブラウン自身の曖昧な反順応主義を映し出す対象としても機能している。資本主義社会に取り込まれ、矛盾を抱えるビートニクの表面的な反順応主義から自由になるために、作者は、因習的で保守的な元の順応主義的ライフスタイルに回帰することを主張する。しかし、実はその作者もまた、際限のないヒップ・コンシューマリズムへの順応主義の中に絡めとられているのである。

注

- ¹ Raj Chandarlapaty は、ビート・ジェネレーションの対抗文化は“modern counterculture”であり、禅とジャズの影響を受けているという点において、ビート以前の対抗文化と区別できると述べている (Chandarlapaty 6)。
- ² Linda Welters によれば、ビートニクのステレオタイプの形成には、1940～50年代に「ヒップスター」と呼ばれたジャズ・ミュージシャンらの文化が大きく影響している。ウェルターズは、ビートニクのステレオタイプの形成過程を、1944～49年、1950～56年、1957～63年の三段階に分け、対抗文化の突然の普及によるモラル・パニックの概念と共に分析している。ウェルターズは、1944～49年をビート・ジェネレーションの集団形成期間、1950～56年をビート文化の形成期間、そして、1957～63年をビート文化及びビートニクのステレオタイプが完成して注目を浴びることとなった期間であるとしている (Welters 151-58)。
- ³ Alan Bisbort は、Maynard G. Krebs を、“the most famous Beatnik character in America” (Bisbort 104) と述べている。

- ⁴ 本書一頁目の記述には“BEAT”とあるが、本書において、ビートとビートニクの区別はなされていないものと考えられる。本書の登場人物が、ステレオタイプ的なビートニクの特徴と共に描かれていることから、「ビート」という言葉もビートニクを表す言葉として用いていると考えられる (Brown n.pag)。

引用文献

- Bisbort, Alan. *Beatniks: A Guide to an American Subculture*. Santa Barbara: Greenwood, 2010. Print.
- Brown, William F. *Beat Beat Beat*. New York: The New American Library, 1959. N. pag. Print.
- Campbell, James. *This is the Beat Generation*. London: Secker & Warburg, 1999. Print. London: Vintage, 2000. Print.
- Chandrarapaty, Raj. *The Beat Generation and Counterculture: Paul Bowles, William S. Burroughs, Jack Kerouac*. New York: Peter Lang, 2009. Print.
- Frank, Thomas. *The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*. Chicago: U of Chicago P, 1997. Print.
- Kerouac, Jack. *On the Road*. 1957. New York: Penguin, 1976. Print.
- . *The Dharma Bums*. 1958. New York: Penguin, 1976. Print.
- . “The Origin of the Beat Generation.” *On the Road: Text and Criticism*. Ed. Scott Donaldson. New York: Viking, 1979. 357-67. Print.
- Mad Magazine*. New York: E.C, 1952-2006. DVD-ROM. *Absolutely Mad Magazine – 50 + Years*. Graphic Imaging Technology. 2006.
- McDarrah, Fred W. “Anatomy of a Beatnik.” *Beat Down to Your Soul*. Ed. Ann Charters. New York: Penguin, 2001. 378-387. Print.
- Priore, Domenic. *Beatsville*. Ed. Martin McIntosh. Melbourne, Australia: Outre Gallery, 2003. Print.
- Watson, Steven. *The Birth of the Beat Generation: Visionaries, Rebels, and Hipsters, 1944-1960*. New York: Phantom, 1995. Print.
- Welters, Linda. “The Beat Generation: Subcultural Style.” *Twentieth-Century American Fashion*. Ed. Linda Welters and Patricia A. Cunningham. Oxford: Berg, 2005. 145-67. Print.

