

中国・鬮コオロギにみる民俗知識の分化と偏在

菅 豊 (東京大学東洋文化研)

材料および方法

中国には盆栽や飼い鳥、観賞魚など小型で手軽な動植物を栽培・飼育する「花鳥魚虫 hua-niao-yu-chong」文化と呼ばれる伝統文化が存在する。本発表で対象とする鬮コオロギの文化は、この「花鳥魚虫 hua-niao-yu-chong」文化の代表である¹⁾。

従来、鬮コオロギ文化に関しては、その歴史的な深遠さと、皇帝や貴族などの支配者層、富裕層、また、文人等の知識人層が担った都市的消費の華やかさのみ関心がもたれるだけで、使用するコオロギの生産の場や、そこにおける民俗知識と技術はほとんど注目されてこなかった。

本発表では、インタビュー調査をもとに、コオロギを山野から獲得するコオロギ捕獲者などの地方の生産者と、それを養育し調教し実際に鬮をさせるコオロギ愛好家などの都市の消費者とが保持する、コオロギに関する知識や技術の異同について明らかにし、いままで一様に語られてきたコオロギ文化の知識や技術、そして、それを適用する能力が地域、階層で分化し偏在していることを明らかにする。

また、コオロギの生産者と消費者の能力の差を調べるために、コオロギの選択能力の差に注目して、それぞれが選択したコオロギの強さについて実験した。

結果および考察

インタビュー調査の結果、鬮コオロギ生産者と消費者では、品種分類、飼養、鬮技など駆使する技術と知識に大きな差があることがわかった。そして、地方の生産者は、その習性や生態について知悉し、コオロギを一個の生物として認識しているのに対し、都市の消費者は、コオロギを擬人化(anthropomorphism)し、(西洋起源の)生物学的存在以上のものとして認識し、取り扱っており、そこに存在する知識と技術の論理体系が異なっていることが推察された。

さらに、コオロギの生産者と消費者の能力の差を調べるために、採集状況が異なるコオロギをトーナメント方式²⁾で鬮させた結果、表1のように都市のプロのバイヤーが購入したものが最も強く、次いでプロのハンターが採取したもの、および知識のないものが購入したもの、最後に知識がないものが直接採集したものの順位になった。

表1. 採集状況と戦いの順位、および体重の相関

順位	採集状況 (獲得までの時間)	体重 (g)	体重の順位
1	バイヤーが市場で選択したコオロギ (約3時間)	0.219	1
2	ハンター1が草原で採集したコオロギ (約8時間)	0.145	3
3	調査助手が市場で購入したコオロギ (約0.5時間)	0.139	4
4	菅が市場で購入したコオロギ (約0.5時間)	0.155	2
5	ハンター2が草原で採集したコオロギ (約8時間)	0.130	5
6	菅が草原で採集したコオロギ (約8時間)	0.123	6
7	調査助手が草原で採集したコオロギ (約8時間)	0.116	7

また、順位と体重の相関を調べたところ、Alexanderが指摘するように、コオロギの強さと体重は強い相関があった (Spearman の順位相関係数は 0.8829、Kendall のタウは 0.7807 であり、2つの変数が独立である確率はそれぞれ 0.0085、0.0151)²⁾。したがって、コオロギの選択段階では、まず、その体重に注目している可能性があることが明らかになった。そして、都市の鬮コオロギの消費者 (プロのバイヤーや愛好者)は、僅かな体重差を視覚のみで確認する能力をもち、より重い個体を選ぶことができることが明らかになった。

結論

体重別に試合が行われる本番の闘コオロギ試合において、体重は勝敗の直接の要因とはならないが、戦いぶりの良い大型のコオロギが好まれ、それに高い値段がつく状況において、より体重の重いものを視覚的に選択している。

さらに、地方の生産者はコオロギの生態学的な知識に精通しているものの、一方、コオロギの微細な行動に関する知識には、擬人的にコオロギを扱う都市の消費者の方が精通している傾向があった。

文献

- 1) 菅豊、北海道大学文学部紀要、47-4 : 25-92 .1999
- 2) ALEXANDER, R. D., Behaviour, 17 : 130-223 .
1961