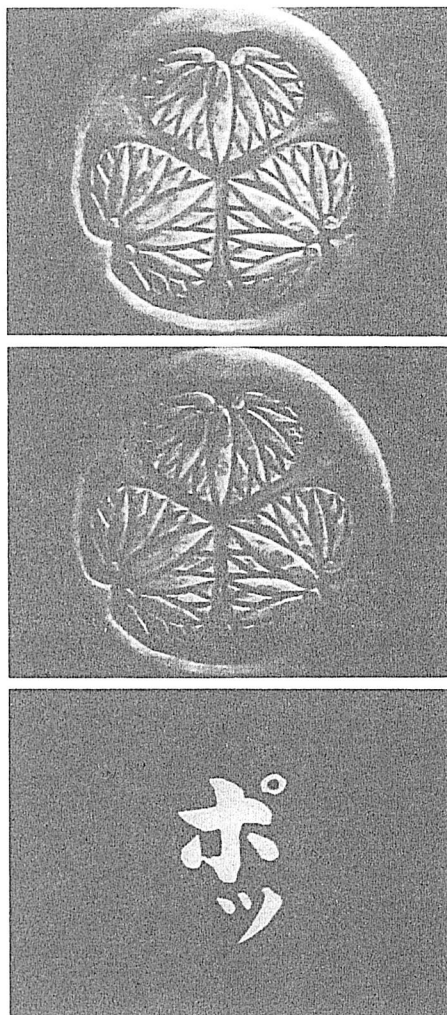


な構造をとりながら、単純な商品メッセージを強く残すCMであった。同様に『湖池屋・トッブル：コイケヤ王の願い』では、「トッブル買って」とお願いするコイケヤ王→放送中断時のような画面に「コマーシャルはひかえめに」のメッセージ→声も大きさも一回り小さくなって「トッブル買って」とお願いするコイケヤ王、という「新しい構造」を提出している (fig. 2)。このようなCM内に持ち込まれた粒子の荒れた防犯カメラ風映像や、放送中断時のお断り画面のような静止画などは、まさに「①括弧」の操作による非明示的経験の創出——「CMは控えめになって、これはCMのはずじゃあ…」——であった。

そして時間的な括弧だけではなく、佐藤はテレビ画面という空間的な括弧を「いじる」こともしている。例えば『フジテレビ：天は人の上に』では、画面上を動くクリストファー・ロイドの顔が、画面上端にぶつかり、はねかえる映像をつくりあげ、世間をアッと言わせた (fig. 3)。また、この連作CMにおいては「バックのイメージは電源が入っていない時のブラウン管の感じにしてくれ」との注文が佐藤から出されたというが、これなどはテレビの「ON/OFF」という括弧や、「インテリアとしてあるテレビ／視聴の対象としてあるテレビ」という定義の境を揺り動かす試みであったのではないだろうか。「あれ、テレビつけてたはずなのに…、でもロイドの顔が浮んでいるし…」。このようにフレームをがポジティブに機能しない時、「現実は無秩序にあわてふためく (Reality anomalously flutters)」（Goffman [1974 : 379]）のである。

その他にも、『新しい構造』というルールにもとづいて産出されたCMとして、通常はCMの最後にくる商品カットを、CMの真ん中に挟み込んだ『ネスレ・ミロ』のような括弧の操作や、『JR東日本：答えは15秒後』——ある質問を出すJRのCM→他社のCM→問いに答えるJRのCM、というサンドイッチ構造 (fig. 4)——が挙げられる。この「答えは15秒後」は、視聴者に個々のCM（＝ゲーム）ではなく、テレビもしくはステーション・ブレイクというCMの連なり（＝スペクタクル）を見ていたことに改めて気づかせる怪作であり、「あまり新しすぎて、どのジャンルにも入らず



- (M) 暗い画面に「葵の御紋」のアップ
- (M) 「水戸黄門」のテーマソングのメロ
- ディで）ポーポッポッポッポッポッポッ
- ポッポッポッポッポッポッポッポッポッ
- （葵の御紋が消え、画面に「ポッ」の文字が起き上がってくる。画面が変わり葵の御紋の下半分のアップ）
- (M) (唄の続き) ポッポッポッポッポッポッ
- ポッポッポッ。(BGMとして続く)
- (N) ポッポッポッ。ああ、はじけるおいしさ。(画面の下に盛られたポッポッポッのアップ。画面が変わり三種類のポッポッポッ)
- (S) はじけるおいしさ 食物せんい10%
- (M) 以上
- M ポッポッポッポッポッポッポッ

fig. 5