

「物語消費」概念の再考 ～ナラティブとサーガをめぐる～

Consideration of Narratology in Consumer Culture Theory

梅津 顕 一 郎

本稿は、社会学的消費文化論の理論枠組みに関する一考察の試みである。かつて若者文化論、メディア文化論等に接点を持ち、ポスト・モダン化する現代社会を説明する有力な議論枠組みの一端を担ってきた所謂消費文化論は、今日、有効な理論的役割を果たしているとは言えない状況になっている。

これに対して本稿では、大塚英志が1989年の『物語消費論』以来、幾度となく修正を試み展開してきたと思われる「物語消費」の概念を中心に、消費と物語性に関する従来の議論を再整理することで、消費文化論の社会的有効性を再生する足がかりを模索する。筆者は80年代の消費文化論に対しては批判的な立場であり、その問題視座の根幹をマーケティングと80年代の我国に於けるポスト・モダニズムの接点に置いていることを公言している大塚にとってその現代社会論的な貢献について筆者のような観点から議論することは、必ずしも本人の執筆意図に即したものであるとは言えないだろう。しかし筆者は大塚の議論が、益々グローバル化する情報社会の下での、消費を介した認識や社会観、あるいはアイデンティティの形成に対して批判的な議論を展開するための、有効な道具となりうる可能性を孕んでいると考える。彼の提示する「サーガ(saga)」としての大きな物語という概念は、J.F. リオタールが提起した「ナラティブ(narrative)」としての大きな物語とは本質的に異なるものである。しかしそれは決して概念的誤謬によるズレではなく、むしろ「物語」の変質を言い当てたものである。

ここでは、大塚の「サーガとしての物語」と、J.F. リオタールによる「大きな物語」の概念について比較検討を行い、それらが大澤真幸による3つの時代区分に当てはめることにより、シミュラクルも含む記号的価値の消費と、それを通じた世界認識の概念地図を、試論的に構築していく。

キーワード：物語消費、大きな物語の終焉、グランド・ナラティブ、サーガ、データベース消費

目 次

- I はじめに
- II 「物語消費」と「大きな物語」
- III 試論～物語と消費をめぐる仮説

IV 結語にかえて

I はじめに

本稿は、社会学的消費文化論の理論枠組みに関する一考察の試みである。かつて若者文化論、メディア文化論等に接点を持ち、「ポストモダン化」する現代社会を説明する有力な議論枠組みの一端を担ってきた所謂消費文化論は、今日、有効な理論的役割を果たしているとは言えない状況になっている。

その背景として、消費文化の多様化や、かつて若者層を中心的な担い手として語られてきた文化スタイルの世代的拡散等、時代状況の変化も考えられるが、その研究史を振り返ってみると、概念と理論の精査に基づいた共有の不徹底による、ジャンルの未成熟性に起因していることも否めない。

本稿では、こうした問題状況をふまえながら、大塚英志が1989年の『物語消費論』（『定本・物語消費論』）以来、幾度となく加筆修正を試み展開してきた「物語消費」概念を中心に、消費と物語性に関する諸議論の整理を試みる。筆者の基本的な立場は一貫して80年代の若者消費文化論に対して批判的なスタンスをとることにある。従ってその問題視差を1980年代に於ける我国のポスト・モダニズムとマーケティングの接点に置き、すなわち社会的・文化的な理論装置の構築にはなく、消費活性化へと結びつく商品開発やマーケティング戦略からの社会変革を目指すことにあることを公言している大塚の立場から見れば、その社会理論としての可能性について筆者のような観点から検討することは、必ずしも彼自身の意図するものであるとは言えないであろう。とは言え、大塚の提示する「サーガとしての大きな物語」という概念については、極めて社会学的有効性が高いと思われる。というのも、それは個々の小さな物語を情報的、あるいは非意味的に作り出す「システム」としての側面を有しており、物語論の本家であるJ.F. リオタールの議論で展開される「ナラティブ」としての大きな物語とは、明らかに主旨の異なるものとなっている。そして、議論の時代背景を踏まえた場合、それは決して概念的拡大解釈、ましてや誤謬によるズレではなく、むしろ情報化がより進展した現代における「物語」の変質を先取り言い当てたものであると考えられるのである⁽¹⁾。その事は、後に大塚自身が1980年代の状況について、「大きな物語」の復興と「歴史」の「仮想化」、「サーガ化」とよんでいることから、明らかだ（大塚2012, pp.95～103）。

そこで本稿では、大塚の「サーガとしての物語」と、J.F. リオタールによる「大きな物語」の概念について比較検討を行い、それらを大澤真幸による3つの時代区分に当てはめることにより、戦後我が国における、主として若者を担い手とした消費文化における、メンタリティの地図を仮説的に構築してみたい。

II 「物語消費」と「大きな物語」

① 大塚英志による「物語消費論」と「物語消費」

考察をすすめるにあたり、本稿において議論の中心となる大塚英志の「物語消費」の概念について、内容の確認を行っておきたい。大塚が最初の『物語消費論』を執筆したのは1989年のことである。大塚によれば、「物語消費」とは、商品そのもの(の価値)、すなわち機能性、使い度としての価値の消費でもなければ、記号的価値の消費を通じた差異化でもなく、商品の価値の背後にある「大きな物語」(世界観や設定に相当するもの)が消費される状況のことである。具体例として大塚は、当時の子供たちが熱中したビックリマンシールやガンプラを挙げている(大塚1989, P.10～24 参照)。ビックリマンシールについては物語消費の概念を紹介する際、大塚自身も好んで用いることが多いが、彼の言う「大きな物語」の性質を、より明確に示している例は、ガンダムシリーズにおける関連商品である。そこで以下ではその一例である「ガンプラ」を例に、議論を進めたい。

ガンプラとは1979年より放送開始されたテレビアニメーション「機動戦士ガンダム」シリーズに登場するモビルスーツ(戦闘用ロボット兵器)のフィギュア模型のことである。子供向けマーチャンダイジングや、大人向けオタク商品の展開の中で、子供向けテレビ番組に登場する兵器やヒーローの類いがプラモデル化されることは特に珍しいことでは無い。しかしガンプラにおいてユニークなのは、作品本編に登場しないモビルスーツのプラモデルが商品化され発売される点がある点である。この場合、そうした商品は玩具メーカーの勝手な着想により想像されたものではなく、シリーズ制作者サイド、ファンサイドの間で共有される、仮想の世界観＝サーガを基準にデザインされたものである。サーガとは、作品の一連のシリーズに通底する仮想の世界設定であり、各遊星間において宇宙戦争が勃発した空想の未来についての綿密な裏設定のようなものであり、大塚はこれを「大きな物語」と読んでいる(大塚2012, pp.243～249)。

「大きな物語」によって、各遊星間の力関係、科学力の差異、過去の戦争、人間関係等の裏設定はあらかじめ決められており、個々のシリーズのストーリー＝「小さな物語」は、これ等の設定に拘束されて作り出されることとなる。関連商品であるガンプラの場合も同様に「大きな物語」に拘束されることが強く求められる。さらに言えばこの「世界観」の設定を十分に踏まえたものであるならば、たとえ原作者やアニメ制作者があずかり知らないモビルスーツも、「ガンプラ」としての正当性を保持することとなる。これをファン目線に立って考えれば、そのような拘束を踏まえたガンプラほどその商品の価値は高く、逆に世界観の踏襲が緩い場合には、どんなに玩具として優秀な機能を踏まえていたとしても、その価値は高くないことになる。

このように、消費者の表層的なレベルにおけるガンプラを精査する行為は、その商品の価値の審級を、深層にある「大きな物語」に求めることで成立する。すなわちガンプラの本当の商品価値＝記号性はガンプラそのものの記号性ではなく、背後にある<世界観>(大きな物語)にある。

このことから、大塚はこれを「物語消費」とよんだ(大塚 1989, P.10～24)。

なお、この<世界観>＝「サーガとしての大きな物語」という考え方は、その後の大塚の議論、例えば『物語消費論・改』において拡大されており、複数の世界線を束ねるもの、さらには異空間を結ぶものにまで及んでいる。いずれにせよそれらは、マーケティング的目的意識に立つ大塚にとって同じものであるといえる。「世界観」や「同じ世界設定に基づく、もう一つの世界線」、あるいは「異なる世界」を束ねる「メタ・サーガ」、幅広い形でサーガを消費者たるファンが意識することが、いずれも「消費の欲望を駆動するもの」として機能するのである(大塚 2012, pp42～45)。

②ナラティブ(narrative)としての物語

大塚の言う「大きな物語」の原点をたどると、J.F. リオタールによるグランド・ナラティブ(grand narratives)の概念に行きつくことは、周知のことであろう。しかし、リオタールによるこの概念は、大塚の提起したサーガとは、いささか意味合いの異なるものである。ナラティブとは、視点・中間点・終点を備えた一体性のある語り口のことであり、リオタールが言う社会の「物語」とは、個々の社会的営為を基礎付け、正当化する語り口＝物語のことである(Lyotard, J.D. 1979)。そして重要な点は、1つの「大きな物語」が単独で直接的に世界のあらゆるものを基礎づけるのではない。すなわち個々の現象を基礎づける「物語」が、さらに上位の「物語」によって同様に基礎づけられるような、「物語」の上位/下位のヒエラルキーと連鎖構造が存在し、その最終的位置に存在するものが「大きな物語」なのである。

具体的に見てみよう。よく知られているように、リオタールは近代における大きな物語の例として、科学哲学を挙げている。近代社会、すなわち知性や合理的で科学的な思考により作り出される様々な仕組みや活動に満ち溢れる社会において、それらを基礎づける近代的知が、みずからの依拠する規則を正当化する際に用いる物語が最も大きなメタ物語となる。そのひとつが科学哲学であるというのである。

物語が物事の上位にあり、下位にあるものの正当性を付与する、基礎づけるという構図は、大塚の物語消費においても全く同様ではある。しかしながら、始点・中間点・終点を備えた一体性のある語り口(＝ナラティブ)による基礎づけと、世界設定にもとづく基礎づけの違いには、なお慎重な検討が必要である。というのも、大塚の言う意味での「物語」の下では、設定に基づいて情報の内容、位置関係を正確に示し、それに表層の小さな物語を符合させることで正当性の根拠とすることができるのに対して、始点・中間点・終点が線状に結ばれるような語り口調の物語によって達成される正当化には、より意味的、極端に言えば価値的・為命題的な性質が少なからず含まれると考えられるのである。例えば、何故多くの裁判において殺人は窃盗よりも重い罪とされるのか。それは単に、法律上そう位置付けられているからではない。法律の上位にあるメタ物語としての近代的人間観によって、人間の尊厳や自由が価値づけられているからである。

Ⅲ 試論～物語と消費をめぐる仮説

① 「虚構の時代」（大澤真幸）と「物語消費」

それでは、ナラティブとしての物語とサーガとしての物語の正当性附与をめぐるこのような機能の違いは、何を意味するのであろうか。ここでその問いに対する根本的な解答を示すことは難しいが、議論を我国における若者消費文化史に限定し、解答の入口を模索することはできる。具体的には、両者が論じられた、それぞれの時代背景に着眼し、社会学者大澤真幸が展開した、メンタリティの変容に着眼した戦後3つの時代区分（「理想の時代」「虚構の時代」「不可能性の時代」）に関する議論に照射することで、その意味を考えてみたい。

大澤は戦後、アメリカによりもたらされた「理想」が人々の共感によって支えられ、大きな物語として機能した時代（1945-1960年代末葉）を「理想の時代」と呼ぶが、これは「理想」を語るナラティブが1960年代末葉までは、社会の諸状況を正当付けるメタ物語として機能していたことを物語る。大澤によれば、理想の物語は、逆に人々の共感によって支えられることで物語として機能することができる。ただし、留意したいのは、この時代の日本に君臨した「理想の物語」は人間関係その他の社会生活全般にわたり、意味づけ、価値づけをする機能を持つものであっても、最終的な審級として君臨する究極のメタ的物語ではない。つまり、徹底した民主主義にせよ、基本的人権の尊重にせよ、アメリカ式の消費生活のもたらす幸福感にせよ、いずれも物語としてはより上位のものによって基礎づけられる、いわば複数のナラティブが連鎖し形づくるヒエラルキー構造上の中間的な位置にある。つまり、「理想の物語」とは、リオタールの物語論に見られるような物語の連鎖構造の中では、中間的な位置に位置づけられるものである。

他方、大澤が「理想の物語」の退潮後にやってきたとしている「虚構の時代」（1970年代中ごろ～1995年）における「虚構の物語」はどうであろうか。大澤は『不可能性の時代』（2008年）のなかで、大塚の議論に言及し、大塚における「大きな物語」がリオタールのそれとは明らかに一線を画す性格のものであり、逆に大澤自身の提示した「虚構の物語」と同じものであることを強調している（大澤2008, pp.95～99）。つまり、本稿で検討を行った大塚の「サーガ」としての物語とは、まさにそれぞれの時代に現実を価値づけていたナラティブ＝理想の物語が、人々の不信感によってその座を引き下ろされた後に、代用品としてねつ造された「虚構の物語」に他ならない。

さらに大澤が、「虚構の物語」が主としてサブカルチャー領域、とりわけオタク系文化においてねつ造されたものであるとしている点にも留意しておきたい。従っておたく——70年代終盤から登場し、やがてサブカルチャー領域における中心的な存在となるおたくカルチャーの担い手たち——は、まさに虚構の物語の享受者、もしくは伝達者ということになるだろう。そして、大澤は様々な機会を通じ、かれらおたくたちの指向性の特徴として、非・意味的な作品の享受と、あくなき情報精査への情熱を挙げている。

これらの議論は「虚構の物語」が、意味的、あるいは価値的なまとまりを志向してつくられるのではなく、情報精査的につくられたことを意味している。「虚構の物語」とは、フィクション作品の、基本的な裏設定として用意されたサーガ=意味的な文脈よりも時間的・空間的な位置関係を優先させた、それゆえに非・意味的に整序された情報の秩序地図に他ならない。

② 虚構の物語における物語/メタ物語連鎖の断絶

表.1 消費と物語に関する整理 (試論)

	←より大きな(高次の)レベル		より小さな(低次)レベル→	
物語	「近代」そのものを正当化するメタ言語(リオタールの言う「大きな物語」)	時代・社会を象徴する「大きな物語」	それ自体が人為的に創造(捏造)された物語 大澤の言う「虚構の物語」	日常に存在する個々のごく小さな物語
	・科学哲学など	社会の一セクション(消費、教育、その他)における大きな物語(大澤の言う〈理想の物語〉 日本型資本主義の精神 ⇨社会の成員の共感(反発・無関心)される時代精神・価値観・目標	三種の神器 3C 家族の伝統、故人の思い出 (上位の物語: ナラティブに基礎づけられる)	個々の消費物にまつわる個々の意味合い (上位の物語: ナラティブに基礎づけられる)
物語の具体例			おたく系作品のサーガ(大塚の言う「大きな物語」) 「ナウい」「トレンドイ」の情報整序地図 (上位の物語が存在しない)	サーガの探求 (大塚の言う「物語消費」) 「ナウい」の発揚 (情報整序地図に照らし合わせた正当性を持つ)
				東の「データベース消費」 (消費の正当性を保証する物語は一切共有されず、全て個々の感覚による)

では、「虚構の物語」においても、リオタールの議論に見られるような物語／メタ物語連鎖の構図は存在するのであろうか。大澤は東浩紀の「データベース消費」の概念について、「物語消費」の延長線上にあるものとしつつ、超巨大で包括的な領域において出現するものとした。つまり、リオタールの意味での大きな物語、メタ理論の領域が非・物語化し機能しなくなることに対して、その代替物としての虚構の物語がより下位の領域においてねつ造され、その後虚構の有効性が失墜することで、より上位の領域における物語の機能停止があらわとなる。それが、巨大な非物語の状態なのである。したがってより上位にある物語の領域が非・物語化していることが、虚構ねつ造の前提となっており、既に物語／メタ物語の連鎖的構造が存在しない状況で捏造された虚構には、より高次の次元から基礎づけそれを基礎づけるメタ的物語は存在しない。それ自体が最終的な価値の審級として機能することとなる。したがって低次の、個別的・実体的なものをより高次にある物語が基礎づけるという、連鎖構造は、捏造された「虚構の物語」を最も高次とするところを上限とし、それ以上は遡及できないものとなる。

以上の議論から、それぞれの消費、物語の位置関係を示したものが、表.1である。物語は左に行けば行くほど大きな、より高次のメタ物語となり、右に行けば行くほど具体的且つ個別の小さな物語となる。上位の物語が存在しないものは表が空欄になっている。

IV 結語にかえて

① まとめ

本稿では、大塚英治による物語消費の再検討を通じ、その現代理論としての有効性を探ってきた。ここまで見たように、大塚による「大きな物語」の概念はリオタールの概念の取違いでではなく、1990年代以降の我が国における、非・意味化した情報精査型の消費の特徴を、如実に反映したものであると考えられる。東のデータベース消費も、大塚の物語消費も、実はナラティブの連鎖する構造が失われた後に現れるものである点では同じものであるといえる。従って両者を分け隔てるのは虚構の捏造が可能な状況が介在するか否かにある。そればかりか、両者は非・意味化的で情報固執的に生成される点でも共通しており、情報の優劣を決める非・意味的な審級が、他者と共有されるものとして主体の外にあるか、共有されないものとして内にあるかにあるといえる。とするならば、両者は必ずしも時系列に並ぶ（物語消費⇒データベース消費）とは限らない。逆の流れもまたありうるのではないか⁽²⁾。

② 今後の検討課題

無論これは現時点での仮説的なものに過ぎない。今後も検討の上、修正・変更を重ねていく予定である。最後に結語にかえて、今回の作業から浮かび上がった検討課題のうち、今後の検討を方向付けるうえで、早急に検討したいと筆者が考えているものについて列記しておきたい。

疑問点.1 虚構の物語のメインエリアは「おたく系」なのか

今回の考察結果を踏まえ、1980年代の若者消費文化シーンの主たる担い手層について改めて振り返ってみると、大澤、東らの議論にはやや無理もあると言わざるを得ない。虚構の物語をサーガ的なもの、非・意味的に整除された情報の秩序地図と定義し、それに基づいたシミュラクルの消費に従事するのが物語消費であるとするならば、本稿でも見たように、そのような消費行動の担い手がおたくたちだけではなかった事は明らかである。むしろこの時代の若者消費文化の中で、おたくたちはマイノリティとしての扱いを受けており、大澤自身も指摘するように、時代をリードしていったとされるのは、おしゃれでファッショナブルな存在、当時新人類、シティボーイなどと呼ばれた層である。重要なのは、当時「記号的差異化による個性の発揚」としてもてはやされた、彼らの消費行動、消費情報行動もまた、非・意味的であり、情報精査的であった点である。その意味ではオタク層も、当時新人類層同様であった。この点から筆者は、大澤の虚構の時代および虚構の物語について、その概念的正当性には賛同しつつも、その担い手層についてはかねてより疑問を持っていた。

無論両者は全く同じではない。最大の違いは、情報間の安定秩序が維持されているサーガをどん欲に知り尽くそうとするのか、短いスパンで更新される「ナウい情報地図」をまめにチェックするのかの違いであろう。とは言え、彼らは「消費的アイロニズム」から「消費的シニシズム」へと至る流れの担い手であった点において同等なのである。その点を踏まえ、彼らはどの意味において同じであり、どの意味において違うのかについて検討することで、虚構の時代の概念をより精緻化し、当時の文化を分析するだけでなく、消費行動や情報の享受・発信、それらを通じたアイデンティティ形成や他者意識、社会との胎児の仕方などを論じるための、今日につながる通史的で力動的な理論枠組みを構築できるのではないか。

疑問点.2 データベース消費の時代における他者の所在

前出東の「データベース消費論」は、2000年代にこの分野における議論を席卷したものであったが、その消費における他者性の不在＝動物化の議論には、多くの批判が向けられていた。そのなかで、新井克弥 2009 は、データベースについて大澤のデータベース消費に関する言及を手掛かりに、「大きな非・物語」ではなく、「包括的な大きな物語ゆえの情報秩序の危うさ(各情報間の関係の希薄化)と、それゆえに見えにくくなった「超巨大な物語」としてとらえ直し、データベースという巨大な物語の下で、個人の自由な志向に基づき行動しつつも、ゆるい共感により決して孤独を感じさせない装置が作動しつつあることを示唆している。しかし新井の議論から10年が経過した今日、様々な局面において我々が目にするのは、部分的、時には匿名ながら特定の物語の下で強固に結びつく、カルト的コクーン存在である。これはどう説明できるのであろうか。

③ 今後の展望

今回の考察では、上位にある物語によって基礎づけられない状況が完全に進んだところに、東の「データベース消費」を位置づける形で諸議論の整理を行った。しかし東のデータベース消費論より既に20年が経過した今日、人類はいまだに科学的な思考を放棄していない。その意味では、最上位にあるグランド・ナラティブは本当に失効しているのか、我々が「物語の解体」とよんでいるものの多くが、実は中間領域における物語の解体だったのではないか、今一度精査する必要がある。

また、情報化が進化した現代において、個々人の意識や行動を束ねる要素が新たに出現しているとすれば、それは孤独感を感じさせないでくれる緩やかな繋がり意識ではなく、例えば宮台真司が現代政治批判で述べている「見たいものを見て、聞きたいものを聞く」ようなものに近いと筆者は考える。そして、これこそが、極小化した物語の現在形であり、この点について明確にしていくことが、この分野における、さらなる議論の活性化に繋がると考える。

<注釈>

(1) 本稿と類似する試みとしては、新井克弥による我が国の「物語論」受容に関する学説史的研究が挙げられる（新井2009）。新井は、我が国における「物語論」の需要過程、を鳥瞰し、概念的・論理的な誤謬によりその過程で生じた捻じれの是正と統合を試みている。筆者の立場もまたこのような捻じれを認めるものではあるが、むしろ大塚の議論を中心に据え、リオタールの議論との位置関係、概念的な捻じれ方を手掛かりに、情報化の進んだ今日的状況の説明原理を再構成しようとするのが本研究ノートの企図するところである。

(2) 多少の飛躍を覚悟で言えば、両者は情報化の進む現代にあって、非物語という出発点（データベース消費）から物語の再編へという流れを作ることもありえるのではないか。SNSにおける個々人の「萌え要素」が、多くの人々の目にとまり、再編される様は、少なくとも「サーガ」レベルの物語がデータベースから再編される可能性を物語っている。

参考・引用文献

- 東 浩紀 2001『動物化するポストモダン～オタクから見た日本社会』講談社現代新書
新井克弥 2009「わが国における<物語論>の受容」『関東学院大学文学部紀要』117
大塚英志 1989『物語消費論～「ビックリマン」の神話学』新曜社
2012『物語消費論改』アスキー新書

大澤真幸 2008 『不可能性の時代』 岩波新書

Liotard, J.D. 1979, *La condition postmoderne* = 小林康夫訳 1986 『ポストモダンの条件～知・社会・言語ゲーム』 風の薔薇社