

メディアの欲望——情報とモノの文化社会学

(新曜社, 1994年)



加藤 裕 康

メディアの欲望——。この挑発的なタイトルから想像されるのは、テレビや新聞、雑誌、ラジオといったマスメディアの企図、あるいは、その内部で働く人々の物語である。同書が出版された1994年当時、著者も触れているように、メディアといえは多くの場合マスメディアを指した。しかし、同書では「メディアとして当たり前に使われてきていながら、メディアとして注目されなかったもの」を大胆に取り上げていく。ペン、バイク、自動車、衣服、音楽……。それらはまた、「メディア性を感じさせるモノや道具」でもある。

戦後日本は、モノが溢れ、物質的に豊かな時代を迎えたが、それは、いわば社会がモノに縛られていく過程でもあった。モノを生産し続けることで社会が存続し、モノを消費することで私が存在する。消費社会の到来である。そのモノはただの物体ではなく、「メディア性」を有する。自動車は距離を移動するための道具というよりも、むしろ自らの社会的ステータスを示すものになり、衣服は身体を保護すると同時に自己を表現するものになる。

メディアはコミュニケーションを媒介するものと考えるのであれば、メディア性を有したモ

ノを通して、他者とつながる有効な道具となる。その反面、メディアは周囲との関係を遮断する。例えば、1990年代に普及したケータイは、遠方の誰かと会話することができる道具であるが、その場に居合わせる人間との会話を遮断させる。街頭のナンパに辟易した女たちは、誰にもつながっていないケータイを耳に当て、誰かと会話していることを装いながら、男たちの誘いを遮断するテクニックを身につけていた。

モノのメディア性を利用して他者とつながり、周囲との関係を遮断していく。そのような人びとは、1970年代から90年代にかけて、「モノ語りの人びと」(大平健『豊かさの精神病理』)、「カプセル人間」(平野秀秋、中野収『コピー体験の文化』)、「新人類」(筑紫哲也『新人類図鑑』)、「おたく」(中森明夫ほか『「おたく」の誕生!!』)として論じられてきた。その多くは、若者に特有な傾向とされ、コンピュータなど新しいメディアを使いこなし、人間以上にモノとの関係を深める傾向があるという。特定の人びとを名指す、これらの言葉は、時に否定的なニュアンスで語られがちであるが、決して特異な行動ではなく、一般的な性格として進行しているものであり、若者文化はモノとの関係でみるべ

きだと、著者は強調する。

交通や通信の発達、都市化によって人やモノ、情報の流れが活発になり、地縁血縁を基盤とした人間関係は、愛情や信頼によって結ばれていくものへと変化した。アンソニー・ギデンズは、その新しい関係を「純粋な関係性」と呼んだが、流動的な社会であるからこそ、心を開き人間関係を築き上げ維持していくのは、ことのほか難しい。人間相手では裏切られ、恨まれることもあるが、モノは従順な存在でいてくれる。モノを擬人化し、モノと親密に関わっていくあり方は、精神病理として語られがちであったが、消費社会の到来後、新人類やおたくの行動様式として顕在化する。

ボードリヤールは、起源も現実性もない実在のモデルで形作られたものをシミュレーションと呼び、〈真〉と〈偽〉、〈実在〉と〈空想〉の差異を霧散させるものであると論じた。音楽やマンガ、アニメ、ゲームといったメディアに戯れる新人類やおたくと呼ばれた若者たちは、まさにシミュレーションのなかに耽溺する。それは、外部の人間からみれば異質に感じられる行動であろう。しかし、それはまた、誰もが行なっている電話での会話も同様である。名乗り合わなければ誰かもわからない、名乗ったとしても当人かどうか確定できない。にもかかわらず遠くにいるもの同士が声だけで会話をする、その奇妙な行為もシミュレーションなのである。

新聞、ラジオ、テレビ、電話。メディアによって世界のあらゆる出来事は、一瞬のうちに伝えられる。その世界大に広がるネットワーク（極大化）のなかで、私的な関係を持ち込む人びとの存在を著者は見出す。いわば、極大化し

た世界に極小化したコミュニケーションのスタイルを適用する人びと。そのシステムのなかにはあらわれた特徴が「おたく」現象なのだと指摘する。

そのコミュニケーション・スタイルは、本書の出版後の世界を見事に予見していた。インターネット時代の幕開けである。電子メール、電子掲示板、ウェブサイト、ブログ、SNS（ソーシャルネットワーキング・サービス）。それらを使って、誰とでも親密な関係を結ぶことができる一方、みたくないことを視野の外に置くこともできる。細分化された世界と、限りなく小さい私的な世界に閉じこもったのは、一部の若者だけではなくなくなった。「世界がどんなに極大化しても、それは結局のところ極小化した『私』という世界のなかで存在する」——20年経った今、「メディアの欲望」はどこにたどり着いたのか。再検討する時期にきているのかもしれない。

私が渡辺潤先生と出会ったのは、同書が出版されてから8年後のことである。大学院の修士課程と博士課程の指導教員だった。ビデオゲームというメディアを研究する上で、技術の進化やメディアそのものだけをみるのではなく、マクロかつミクロな視点で社会学的に分析する手腕に興味を持った。渡辺先生主宰の研究会には、学内外の院生や社会人、研究者が集まり、大学院修了後も私は研究室のまわりをぶらぶらしていた。扉を開けると、いつもそこには一杯のコーヒーがあった。本の匂いに混じって、タバコとコーヒーが香る研究室は、居心地のよい空間だった。