

消費社会論から見た「80年代」

言説分析の試み

東京大学大学院学際情報学府 鈴木洋仁

本報告では、「消費社会論」を概観した上で、とりわけ「豊かさ」に焦点をあてた幾つかの議論に重点を置いて検討し、言説が時代を区分する幸福な関係が構築されていた時代として「80年代」をあらためて位置づける。

「80年代」を実体として捉える議論が、80年代中期から見られていたように、「消費社会」を取り上げた議論は、1985年にピークを迎えるが、その後、90年代を通じて、この議論は低調となる。この理由として考えられるのは、ひとつには、こうした知識社会的な、いわば、演繹的な手法への信頼低下だろう。恣意的なピックアップに基づいて、全体社会を語れるような視点ではなく、消費行動の社会心理学的分析やマーケティング的なものが取って代わる。売れるか売れないか、が全てになり、そこに意味をよみとる作法、すなわち（モノ語り）は消えて行く。

他方で、不況が喧伝される2000年以降も、たとえば、「成熟した消費社会」といった形で、焼き直しが再生産されている。歴代で最も多い件数を記録したのは、2009年であり、内訳を見ても、決して回顧的な研究ばかりではなく、現在の消費社会の位相を明らかにしようという試みが目立つ。

こうした消費社会をめぐる議論を再考する中で、「80年代」を実体化する議論と消費社会論が描く循環を観察した上で、後者が、消費「社会論」として、全体社会を描写している様子を見る。

その際に問題となるのは、消費社会の基盤となった「豊かさ」への反省的な言及が、さらに、その社会の実定性を強化し、さらに、社会の秩序を維持する機制を生み出していた点にほかならない。そして、「消費社会」に関する言葉が、80年代後半以降、90年代を通じて低調になる一方で、それを上回った概念の一例として「バブル崩壊」を挙げる。

「80年代」を「ある」と語る作法は、「豊かさ」への反省的な身振りと合流することで、ますます「社会」という平面の同一性を強く実体化し、さらに、消費を通じた「社会」のまとまりが、いかに保たれるか、という議論に収斂する。消費社会をめぐる振り返りは、自分たちの「社会」が、しかも、「80年代」という時代における「社会」の「豊かさ」と、その「次」を模索する段階に到達しているという段階論の構図を描いている。もう、この時代（80年代）には、「みんな」（社会）が、十分に「豊か」になり、円滑な秩序は維持されているから、その弊害や不足を反省して、「次」（国際化や「真の豊かさ」）の時代（90年代）に向かう、その機制を観察する。