

おたくをめぐる言説の構成

——1983年～2005年サブカルチャー史——

相 田 美 穂

(受付 2005年5月10日)

目 次

0. はじめに
1. 「おたく」というカテゴリーの誕生
2. 人格の問題としてのおたく
 - 2-1. 「アンバランスなスペシャリスト」
 - 2-2. アイデンティティ形成におけるねじれ
 - 2-3. 社会化されない存在
 - 2-4. 「コミュニケーション不全症候群」
 - 2-5. 「おたく」カテゴリーの齟齬
3. おた快的消費社会論
 - 3-1. 物語消費論
 - 3-2. データベース消費
4. 流行文化としてのおたく論
 - 4-1. 秋葉原に見るおたく文化の隆盛
 - 4-2. おた快的ポップアーティストの出現
5. むすびにかえて

0. は じ め に

気づけば、わたしたちは日常的に「おたく」という語に接している。

例えば、「健康おたく」、「コスメおたく」という語は一定のイメージを喚起する。一定とは多くの場合、何かしらのおびただしい情報や物品を収集・所有・蓄積している人びとや、それらの行為そのものを意味するだろう。本稿で言及する「おたく」という言葉は、その意味での「おたく」である。

それは、1983年に作られたカテゴリーである。実に22年の「歴史」を「おたく」は持つ。その間、多くの論者が「おたく」に関する言説を展開している。本稿では、「おたく」に関する言説を概観する。そして、「おたく」に関する言説の焦点が、明らかに変化していることを示そうと試みる。

この変化は、何を意味するのだろうか。

可能性は二つある。ひとつは、「おたく」と呼ばれている活動や人びとの実態が変化し、それに合わせ、論点が変わったというもの。もうひとつは、実態の変化の有無とは無関係に「おたく」に向けられた一般的な視線が変化したため、論点も一般の要請に従って変わっていったというものである。以下、本稿では「実態としてのおたく」という語を、「おたく」と呼ばれる文化や具体的な活動を指すものとして使用する。

さて、「実態としてのおたく」が不変であるとはいえない。22年の間に「おたく」と呼ばれる文化や活動は数を増し、多様化の一途をたどっている。

わたしたちは、「おたく」論が「おたく」の実態を反映しているものだと捉えがちである。しかし、「実態としてのおたく」の全貌は誰であろうと知るよしもない。本稿が分析の対象とするのは、「実態としてのおたく」ではなく、言説としての「おたく」＝「おたく論」である。

したがって、「実態としてのおたく」と「おたく」に関する言説——すなわち、「おたく」論——は、厳密に区別されなければならない、ということを確認するとともに、強調しておく。

本稿は、まず、第1章で「おたく」というカテゴリーの発生と、その時点での定義付けをみる。

第2章では、「おたく」論の登場と、それらにみられる傾向を明らかにする。第3章は、初期の「おたく」論が収束した後に現れた、新たな論点について言及する。第4章では、本稿が書かれている2005年時点で、最新の「おたく」論の論点をみる。「おたく」論の変遷は、「実態としてのおたく」の変化を反映しているのではない。「おたく」に関する言説の変化は、すなわち、社会の「おたく」に対する認識の変化を映したものである。

本稿は「おたく」論の変遷を通して、現代日本におけるサブカルチャーの変化の一端を読み解く試みである。

1. 「おたく」というカテゴリーの誕生

「おたく」は、マニアという言葉では言い表せない何かとして、コラムニストの中森明夫によって命名された¹⁾。中森は主として、「おたく」特有の外見と「おたく」によって好まれる文化について言及している。中森は、まず、「おたく」の外見を下記のように描写している。

髪型は七三の長髪でボサボサか、キョーフの刈り上げ坊っちゃん刈り。イトーヨーカドーや西友でママに買って貰った九八〇円ー九八〇円均一のシャツやスラックスを小粋に着こなし、数年前流行ったRのマークのリーガルの偽物スニーカーはいて、ショルダーバッグをバンパンにふくらませてヨタヨタやってくるんだよ、これが。それで栄養のいき届いてないようなガリガリか、銀ブチメガネのつるを額に喰い込ませて笑う白豚かてな感じで、女なんかはオカッパでたいがいは太ってて、丸太ん棒みたいな太い足を白いハイソックスで包んだりするんだよね。[中森, 1983→1989: 91]

ここで中森は、服飾には無頓着か疎く、外見的魅力に乏しい集団を提示している。

中森が描写したのは、コミックマーケット²⁾に集う「十代の中高生を中心とする少年少女たち」[中森, 1983→1989: 92]である。

中森は、「こういった人々を、こういった現象総体を統合する的確な呼び名」[中森, 1983→1989: 93]として「おたく」を提示した。

中森は、彼/彼女らが関わる文化も例示している。前述のコミックマー

- 1) 中森の文章は、月刊のマイナーロリコン漫画誌として発行されていた『漫画ブリッコ』(白夜書房) 83年6月号に発表された。そのタイトルは、“「おたく」の研究①”「街には『おたく』がいっぱい」である。
- 2) コミックマーケットについては、以下の論考を参照。相田美穂, 2005, 「コミックマーケットの現在——サブカルチャーに関する一考察——」, 『広島修大論集(人文編)』第45巻第2号

ケットは、そのひとつである。そして、中森が示した「おたく」の文化は多岐に渡っている。

考えてみれば、マンガファンとかコミケに限らずいるよね。アニメ映画の公開前日に並んで待つ奴、ブルートレインを御自慢のカメラに収めようとして線路で轢き殺されそうになる奴、本棚にビシーッとSFマガジンのバックナンバーと早川の金背銀背のSFシリーズが並んでる奴とか、マイコンショップでたむろっている牛乳ビン底メガネの理系少年、アイドルタレントのサイン会に朝早くから行って場所を確保してる奴、有名進学塾に通ってて勉強取っちゃったら単にイワシ目の愚者になっちゃうおどおどした態度のボクちゃん、オーディオにかけちゃちょっとうるさいお兄さんとかね。[中森, 1983→1989: 92]

引用部分には「おたく」という言葉から想起される要素がおおむね出尽くしている。

まず、「おたく」が熱中する文化と熱中の方向性に着目してみる。そこには、その分野においての非当事者からみた場合、ある種の理解しがたさがつきまとう。

鉄道の写真は、なぜ、「轢き殺されそうにな」ってまで、撮影されなければならないのか。また、当時はマニアックな機械だったマイコン³⁾に、「理系少年」はなぜ群がるのか。その文化にかかわりのない人びとが、それらの行為に対して意味を見出すことは難しい。しかも、意味が分かりづらい割に、その活動は「こだわり」に満ちている。「本棚にビシーッと」SF雑誌や書籍を並べる様は、そのひとつである。

この意味の分からなさ、は、「おたく」を印象づける大きな要因になっている。

では、「意味の分からなさ」の原因は何に求められるだろうか。端的に言

3) マイコンはマイクロ・コンピュータの略。2005年現在普及している個人向けコンピュータは、パソコンと呼ばれている。これは、パーソナル・コンピュータの略語である。1983年の時点でのコンピュータは、特殊な専門知識なしには触れないものであり、必需品ではなかった。したがって、マイコンに群がるという行為は、当時としては特殊なものとして見出し得た。

えば、それは、その文化が社会的に価値を承認されているか／承認されていないかに起因する。例えば、スタントマンを「おたく」とみなす人は少ないだろう。スタントはエンターテインメントの場面で必要とされているからだ。また、スタントマンは自身の満足とは別に、名声やある程度の収入を得ているだろう。

スタントは言うまでもなく、中森の言に従うなら、鉄道写真も危険を伴う活動である。しかし、鉄道写真の撮影には、スタントにみられるような意味が見いだせない。だからこそ、鉄道写真の撮影は「おたく」的な活動とみなされる。

次に、中森が「おたく」を外見的に特徴づけた要素を見よう。

まず、「おたく」が身につけている物である。それは、その時々で“魅力的である”と認識されているものとはほど遠い。加えて、服飾以前の肉体的魅力に欠ける存在として、中森は「おたく」を描写した。

最後は、「おたく」の性質・性格である。

「休み時間なんかも教室の中に閉じこもって、日陰でうじうじと将棋なんかに打ち興じてたりする奴ら」や「イワシ目の愚者になっちゃうおどおどした態度」という内向性によって特徴づけられる「おたく」の人物像を、中森は提示した。

「おたく」という語に付与された新たな定義は、1989年に一般化する。1983年の時点で普及しなかった理由は、中森の文章が発表された媒体のマイナーさに起因するものだろう。また、基本的に、一般の人びとには分かりづらい文化に関わり、人格的にも目立たないのが「おたく」の特徴だとすれば、一般の人びとが「おたく」に注目する理由は見当たらない。一般の人びとは注目しなかったけれども、マニアの一部は、中森が命名した「おたく」という「人々あるいはこういった現象総体」を、「おたく」と呼び習わすようになった。

『漫画ブリッコ』誌上での中森の連載は、3回で打ち切られた。

2. 人格の問題としての「おたく」

本格的に「おたく」が論じられるのは、1989年からである。

きっかけは、その年の夏に容疑者が逮捕された事件に求められる。その事件は、4人の少女が連続して誘拐、殺害されたというものである。事件の容疑者は、死刑を求刑されている。固有名は問題ではない。が、便宜上、本稿では、その個人をMと表記する。事件は、連続少女誘拐殺人事件である。

事件の発覚から容疑者が逮捕されるまでの間、あらゆる媒体を通じて犯人像が盛んに推測された。当時、人びとが事件に対して寄せていた関心の程度は、以下の記述からうかがえる⁴⁾。

警察やマスコミがあれほど血眼になって捜し続け、それでも平然とその捜査の網をくぐり抜けて、大胆不敵に犯行声明まで送りつけてきた凶悪犯今田男子(中略)誰もが犯罪のプロだと思い恐れた今田男子の正体は、実は全くのズブの素人だった。[横内, 1989: 150]

逮捕後、真っ先に報道されたのはMの個室だった。個室には、窓を塞ぐ形で収納されたビデオテープやマニアックな雑誌類、それに、4台のビデオデッキが見られた。

「ズブの素人」による「凶悪」事件を読み解く鍵として、M個人の趣味・嗜好が注目された。それが、Mの部屋のあり方や、Mが所有していた6,000本のビデオテープである。

ここには、Mの個人的な趣味・嗜好と「凶悪」事件を関連づける視点が現れている。

Mの内面を描き出そうとするまなざしに伴って浮上したのが、「おたく」というカテゴリーだった。「おたく」の特徴と、Mが持つ趣味の類似性が見

4) 連続少女誘拐殺人事件の容疑者逮捕の一報はニュース速報としてマスメディアに流された。

出され、報道された。繰り返しになるが、「実態としてのおたく」とは、把握しがたいものである。それでも、「おたく」趣味とMの犯行は結びつけられた。この事件に対する代表的な解釈は、簡単にいえば以下のように要約される。Mは、「おたく」趣味が高じた挙げ句、現実と虚構の区別が付かなくなった。その結果、Mは現実には幼女を殺害したのだ、と。

ただし、その解釈の妥当性には疑問が残る。

だいたい600本のビデオは異常であるとマスコミは決め付けているが、その根拠はどこにあるのか。たとえばそれが書籍やレコード、CDなら許されて、なぜビデオだといけないのか [横内, 1989: 150]

彼は、膨大なビデオを持っていましたが、五〇〇〇本持っていればオタクなのか、一〇〇本だったらオタクじゃないのか。[手塚, 1989: 138]

(前略) たとえばビデオの集め方、少し変わってるでしょ。彼、あれを三倍速で撮ってるんだよね。それを小松左京⁵⁾の息子のマニア男が電通にいるんだけど、彼が盛んに「マニアは三倍速では撮らん。おれがそうだ」って言うてるんだけど (笑)。なるほどな、と思ったんですよ。あと、一本のテープの中に複数の作品を収めている。これもマニアのやり方ではないと。(大塚の発言) [大塚, 中森, 1989: 92]

ただし、これらの異議・疑問は一般化しなかった⁶⁾。

連続幼女誘拐殺人事件をめぐる一連の動きは、「おたく」というカテゴリーに対して、以下の影響をもたらした。

まず、「実態としてのおたく」は不問にされたまま、「おたく」は凶悪な犯罪者のイメージと結びつけられた。そして、「おたく」というカテゴリーを社会問題化する言説によって「おたく」という言葉が一般化した。

そして「おたく」論は、この年に登場する。

5) 小松左京はSF作家である。代表作は『日本沈没』(光文社文庫)など。

6) また、これらの異議・疑問は、「おたく／非おたく」という線引きがいかに困難であるかを現している。

2-1. 「アンバランスなスペシャリスト」

85年、宮台らライズコーポレーション(株)のメンバーは、ライフスタイル別に首都圏の大学生を分類するという仕事を行っている。それが、『大学生への一七二の質問』という質問紙調査である。分析の結果は、八五年十二月、『キャンパスセンサー』二二号誌上に公表された。調査の対象者は「リクルートの保有する首都圏の大学三～四年生の名簿から無作為に抽出した一五〇〇人」[宮台, 1994: 154] だった。

はじめに、宮台らが調査の結果として見出した5つのクラスターを、それに付加された簡単な説明と共にみておくことにしよう。

「アンバランスなスペシャリスト」(構成比十五パーセント)

《彼らの特徴は「何かの極端なマニア」ということである。音楽、アニメ、写真、コンピュータ、マンガ……その方面では高感度人間なのだが、その狭い分野に熱中するあまりに他の分野では“ネクラ的ラガード”的になってしまっている》[宮台, 1994: 155]

ミーハー普通人 やはりメディア性が高いが、高度な対人能力をもち、異性志向が強い。付和雷同型でトレンドになびく。新人類の中核に相当すると考えられた。

先端的高感度人間 可処分所得が高く金持ち。高校デビューで遊びなれている。決まった少人数グループで行動し、付和雷同しない。トレンド発信源で、新人類の先端に相当すると考えられた。

バンカラ風さわやか人間 勝ちたがり強い上昇志向があるが、メディア性が低くて、人情にあつい。いわば有名大学体育会系に多い坊ちゃんタイプである。

ネクラ的ラガード 対人能力が低く、得意分野が皆無で、内にこもってまったくめだたない。いわば翼をもがれた「アンバランスなスペシャリスト」に相当する人たち。なおラガードというのは「遅れてきた者」を意味する英語で、マーケターが使う。[宮台, 1994: 159-160]

抽出された5つのクラスターのうち、「アンバランスなスペシャリスト」が「おたく」に相当すると、宮台らは考える。そのクラスターの特徴は、以下のように描写されている。

《非常に興味がかたよっており、そのフィルターからしか世界が見られない。……おおもむね身の回りは無精で不潔なので敬遠されやすい。しかし当人はそんなことは意に介さないのが特徴だ。……交際範囲はその分野の友人に限られる。彼らは一つの分野だけで敏感であり、他の分野ではどのクラスターよりも鈍感となる。……おおもむね深みにはまり、居心地のよい「一部のカリスマの道」をめざすことになる。少数の同類グループの中では他に興味が向かない連中ばかりだから、そのぶん熱が高まる》[宮台、1994：155-158]

すなわち、宮台が描いた「おたく」像は、次のようなものである。人間関係においては、興味を共有出来る相手としか交流を持たない。あるいは、持てない。宮台はこのような特性を「人格類型」とみなしている。興味の対象——宮台の用語で言い換えるなら「おたく」がもつ「文化類型」——は、非常にかたよっており、特定の「文化類型」を除く部分については、無頓着である。

85年の調査をふまえて宮台が91年に発表した論考では、「おたく」というカテゴリーが「～スペシャリスト」と結びつけられている。それは、同一のクラスターに属する人びと以外からは、受容されがたい人物像でもある。宮台は、「～スペシャリスト」について、以下のように言い切っている。「身の回りは無精で不潔なので敬遠されやすい」と。

では、「敬遠され」る存在＝「おたく」という言説を宮台が提起したのは、なぜだろうか。

宮台は、文化類型（たとえば、新人類的か「おたく」的か）と、人格類型が重なるようになった、と説明している。さらに、その要因は、「コミュニケーションにおいて階層に言及するシンボル（階層コード）が無関連になること」[宮台、1994：166]としている。

80年代後半の日本は高度消費社会の段階にあった。高度消費社会で消費の動機となる要因は、かつてのような見せびらかしや、これさえあれば人並みという〈物語〉ではないと宮台は言う。これらは、宮台によれば、階層コードに言及する消費である。

さらに、「消費に伴う〈物語〉は階層コードの無関連化による「コミュニケーションの手がかり不足」を、細分化したために個人の責任で選択できるようになった〈物語〉が埋め合わせ」[宮台, 1994: 168] ののだと、宮台は説明している。つまり、何を消費するか、消費によってどのような〈物語〉を獲得するかは、個々人の裁量に任されるというわけである。

しかし、消費に伴う〈物語〉は、個人が勝手に作るのではない。消費されるモノには、あらかじめ特定の〈物語〉が付与されている。それをふまえ、宮台の論に従って文化類型と人格類型が重なるようになったとされるプロセスをまとめてみよう。

まず、モノに付与された、しかし、目には見えない〈物語〉を、読み解く能力の優劣が、コミュニケーションの相手と消費するモノを決定する。消費に伴う〈物語〉が、コミュニケーションの手掛かりとなるという前提に立てば、〈物語〉を読み解く能力が高い者は、コミュニケーションにおける巧者となる。一方、能力の低い者は、消費に伴う〈物語〉を適切に読み解くことが参加の条件となるコミュニケーションからは撤退せざるを得ない。こうして、消費に伴う〈物語〉を読み解く能力と、コミュニケーション能力は、連鎖していくようになる。そこで、〈物語〉を読み解く能力に長けた者は、コミュニケーション巧者となる。宮台は、それらの人びとが新人類と名づけられたとみなす。一方で、〈物語〉を読み解く能力が劣る者は、宮台のいう新人类的なコミュニケーションには参加出来ない。そのときに、「救済コード」として機能したのが、「おたく」的な文化であると宮台は結論づける。

宮台が解いた形の連鎖が機能していたと仮定すれば、対人能力が高い者は新人類と呼ばれるようになり、対人能力が低い者は、「おたく」にならざるをえない。これが、宮台のいう「人格類型と文化タイプの重なり」である。

それでもなお、「おたく」バッシングについて宮台は「差別されたのはあくまでも「人格類型」だった」[宮台, 1994: 191] とする。それならば、

「～スペシャリスト」が「高感度」な面を見せるという「音楽、アニメ、写真、コンピュータ、マンガ」という文化類型を例示した意味は、どこにあったのだろうか。その説明として宮台が見出したのが、文化類型と人格類型の重なりである。

宮台の論には恣意的な分離が見え隠れしている。では、宮台が分離しようとしたものは何か。

どんな文化も、それが大規模に拡大していくプロセスでは、リーダーとフォロワーが分化する。(中略) 発生の当初、すなわちリーダー部分では、新人類文化とオタク文化とは未分化であり、その担い手の中核はわたしたちの周辺にいたような連中だった [宮台, 1994: 164]

しかし、

八〇年代に入ってしまったら、メディアの表層は新人類文化に席捲されてしまったかのような感を呈することになる。(中略) こうした拡大プロセスが進めば進むほど、「取り残された者 (ラグード)」にとって、喧伝されるメジャーカルチャーはますます敷居の高いものになっていかざるをえない。そこで「救済コード」として機能したのが、当初は新人類リーダーも無縁ではなかったはずの「オタク文化」の側面である。[宮台, 1994: 164-165]

宮台は、「オタク文化」を「救済コード」であると表現している。文脈上、宮台の言う「救済」は、コミュニケーションの手掛かり不足からの救済を意味すると思われる。つまり、宮台が言うところの「オタク文化」は、「新人類文化」よりも関わりやすく、しかも、それに関わりさえすれば、コミュニケーションの手掛かりが得られ、その文化を共有する仲間が獲得される仕組みでなければならない。

一方で、「ネクラ的ラグード」について、「対人能力が低い」翼をもがれた「アンバランスなスペシャリスト」であると、宮台は言い表している。それでもなお、「ラグード」にとって、「オタク文化」が「救済コード」足り得ていたと言えるだろうか。「ネクラ的ラグード」はそもそも、「オタク

文化」にすら、コミュニケーションの手掛かりを得られなかつただろう。なぜなら、このクラスターは、翼をもがれた「アンバランスなスペシャリスト」だからである。

宮台は、「アンバランスなスペシャリスト」を「おたく」とみなす。根拠は、「アンバランスなスペシャリスト」が持つ文化類型にある。同時に、「アンバランスなスペシャリスト」は「敬遠され」る。ただ、ここに重なる人格類型はどのようなものだと考え得るだろうか。それは、偏った文化に対する興味を共有出来る相手とのみコミュニケーションを取る、という面の他にない。

いずれにせよ、宮台による「おたく」論の焦点は、一定の文化類型と人格類型の結びつきという考察にある。しかし、コミュニケーションの手がかり不足を「アンバランスなスペシャリスト」よりも深刻に抱えていると思われる「ネクラ的ラガード」というクラスターの位置づけに宮台は触れていない。つまり、「オタク差別」において差別されているのが「おたく」の人格類型であり、人格類型と文化類型は重なっているという宮台の論では、より顕著に「おたく」の特徴を言い表していると思われる「ネクラ的ラガード」のあり方が捉えられない。

宮台の論は、「おたく」が文化類型により、一定の人格類型をもつとは言い難いことを隠蔽しつつ、「おたく」を人格の問題として捉えようとする態度を示唆していると言えよう。

2-2. アイデンティティ形成におけるねじれ

「おたく」はしばしば批判されてきた。その根拠とされる言説のひとつが、「おたく」は「虚構と現実の区別がつかない」というものである。本節において取り上げる大澤の「おたく」論は、この批判を否定しないという立場をとる。

大澤による「おたく」論に言及する前に、大澤が消極的にせよ支持している「虚構と現実の区別がつかない」という言説について検討しておく。

「虚構」と「現実」は、区別されうるのか。また、区別されうるとすれば、いかにしてそれがなされるのかによって、「虚構と現実の区別がつかない（または、ついている）」という言説のもつ意味合いが、大きく変わるからだ。

ここで、わたしたちは、リアルとリアリティについて考えなければならない。

リアルとは簡単にいえば「現実」を指す。リアリティとは、「現実らしさ」を現す。わたしたちはリアルを生きていると考えがちである。しかし、同じ場所で同じ経験をしている者が、別個のリアリティを感じているとすれば、わたしたちがリアルだと認識しているものは、自分自身で意味づけを行った結果立ち現れるひとつの認識である。それは、リアルではなく、リアリティと呼ばれるべきものである。そして、わたしたちは、おのおののリアリティをリアルとして意味づけし、認識している。言い換えれば、あるものが、ある人にとってリアルだとすれば、それはその人がリアルという意味付けを、そのものに与えているからである。しかし、意味付けの対象が同一だとしても、すべての人がそれに対して同一の意味づけを行うとは考えにくい。

電車の中で化粧をする若い女性が最近増えたという。その行為を支持するか、支持しないまでも黙認できるか、批判の対象とするか。意見を異にする三者は、電車の中という同一の現実にも身を置いてはいるが、その場所に対する意味付け（電車の車内は化粧をしても良い場所なのか？）について、それぞれ明らかな違いをもっている。それが、リアリティである。わたしたちは例外なく、認識の対象がリアルだから、それに対してリアリティを感じているのではない。わたしたちのおのおのが個別にリアリティを構成し、それぞれの判断に基づいてリアルであるか否かという意味づけしているのである。

虚構と現実の区別に立ち戻ってみれば、リアリティの問題において両者に差はない。6000本のビデオテープに馴染みが無いひとは、その部屋でM

が日常生活を送っていたのだという報道を受けても、その環境に対してリアリティを感じられない。だから、多くの人びとがMの部屋を奇異なものとして認識したのである。それはまた、わたしたちが現実に対してリアリティを感じるわけではない、という言説に対するひとつの証左にもなるだろう。多くのひとがリアリティを感じるからそれがリアルだとはいえないし、感じられないものはリアルではない、ともいえない。結局、リアルはわたしたちひとりひとりが意味づけしているリアリティに支えられている。つまりリアリティは、いわゆる「現実」とは無関係である。

虚構は確かに現実ではない。しかし、わたしたちは虚構にリアリティを感じることも出来る。かつてブームをひきおこした『一杯のかけそば』に心動かされたひとは、その虚構にリアリティを見出したのだろう。しかし、それをリアルだと思ったところで、現実のそれはあくまでも小栗良平が作り出した一遍の童話である。つまり、『一杯のかけそば』は虚構に属する。それを実話であると認識したひとは、虚構であるその童話にリアリティを感じたからこそ、その虚構をリアルと取り違えたのだといえる。それが、実話として流布されたから現実だと認識した、というのは、アリバイでしかない。Mの部屋もまた、まぎれもない現実として報道されたにもかかわらず、その部屋にリアルを感じられなかった人びとが、Mを「虚構と現実の区別がつかない」と評し、その言説にリアリティを感じたのだろうから。

「虚構と現実の区別」とは一見、検討する余地もないほど自明のものとして考えられがちである。しかし、虚構にしても現実にしても、それを受け取るわたしたちが、おのおので意味づけした「リアリティ」の問題に還元される。両者には、リアリティという意味ではどのような区別もない。

さて、大澤は、「おたく」を自己同一性(セルフアイデンティティ)の問題として解く立場を取る。大澤によれば、「オタクにとっては、無意味な(ように見える)日常的な仕事とアニメなどへの没入の価値付けがまったく逆転している」[大澤, 1992: 217]からである。

大澤は、自己同一性を備えているということを次のように定義づけてい

る。すなわち、私が何者であるかということが、私自身によって決定可能だということ、また、私が従うべき（広義の）規範が、（私自身にとって）決定されている。そして、大澤のいう自己同一性は、以下のように獲得される。

第一に、自己の模倣の対象になる他者＝自己にとって好ましく、しかも自分がそのようになれる他者が必要である。これを大澤は、「内在的な他者」と名づけている。

第二に、「内在的な他者」の理想性を決定づける他者＝「内在的な他者」が理想的か否かを判断する規範を与える他者、つまり、大澤のいう「超越的な他者」または「第三者の審級」が同時に要求される。

この二種類の他者に同一化することで、自己同一性は構成されると、大澤はいう。

以上をふまえて、人が自己同一性を獲得する仕組みを、大澤の言に従ってまとめておく。

まず、内在的な他者は、超越的な他者に従属している。超越的な他者の機能によって、内在的な他者が、自己にとって好ましく、また、そのようになれる他者として現れるためである。一方で、二つの他者の間には、「（第三者の審級の）先行的投射」と呼ばれる関係が生じる場合もある。

そこでは、自己と絶対的に違う、絶対的な差異性によってのみ規定される他者——この他者を大澤は〈他者〉と表記する——の存在が前提となる。〈他者〉は自己との絶対的な違いであるために、内在的な他者を既定しえない。しかし、〈他者〉が自己に対して、超越的な他者＝第三者の審級を投射した場合、〈他者〉の絶対的な差異性は隠蔽される。そして、超越的な他者＝第三者の審級が、内在的な他者の位置を与えられた〈他者〉に従属しているように見える。これが、大澤のいう第三者の審級の先行的投射の仕組みである。

大澤は、「オタクにおいては、自己同一性（セルフアイデンティティ）を規定する二種類の他者、すなわち超越的な他者（第三者の審級）と内在的

な他者とが、極度に近接している」[大澤, 1992: 228]とする。

これらを前提として、大澤は「おたく」とされている文化に関わる人の、自己同一性のあり方を分析している。

例えば、アイドルはそもそも手の届かない、超越的な他者の位相にあるべき存在である。しかし、アイドル「おたく」が好むのは、自分との距離を感じないアイドルである。つまり、そこでは、本来超越的な他者であるべきものが、内在的な他者(自分にとって好ましく、自分もそのようになれそうな他者)に近づいているということである。

女性が主に担っている文化であるやおいではどうだろうか。

やおいという文化は、多くの場合、既存の作品に登場する男性キャラクター間に、恋愛関係を見出すものである。また、あらかじめ、男性同士が恋愛関係をむすぶことが前提となった物語全般も、広義のやおいに含まれる。以上をふまえ、大澤が分析した、やおい「おたく」における自己同一性獲得の問題をみてみよう。

女性が恋愛の場面で、理想を見出す、つまり、内在的な他者として既定するのは、理想の女性像になる。その場合、理想の女性像を規定する第三者の審級は、男性的な視点を持つ超越的な他者になる。やおいでは、第三者の審級が男性を理想的なものだと既定してしまう。つまり、この第三者の審級は、男性的なものではなく、それを内在化している自己、つまり女性的なものになっている。そこでは、自分自身によって模倣可能なもの=内在的な他者と、超越的な他者がごく近いのか、両者が分離していない。だから、女性からみて好ましく模倣可能なものとして、男性キャラクターが浮上する、と大澤は論じる。

大澤の論では、このように、「おたく」においては超越的な他者と内在的な他者は、近接している。内在的な他者と超越的な他者の違いは、前者では他でもありうるもの、後者は他ではありえないものである。しかし、両者が近接する、あるいは超越的な他者が内在的な他者の水準に埋め込まれてしまうと、超越的な他者が他のものでもありうるものとなる。それは、

超越的な他者が持つ本来の機能を阻害する。その結果は「〈他者〉の次元を露呈させてしまう」[大澤, 1992: 242] ことに帰結する。

大澤によれば、超越的な他者は「現実そのものの統一性を生みだす審級」[大澤, 1992: 243] である。しかし、「おたく」は、アイドル「おたく」と、やおい「おたく」の例でみたように、超越的な他者の機能を失効させている。だから、「おたく」は、「現実そのものの統一性」を獲得することが出来ない。「おたく」が形成している自己同一性は、二次的に構成された超越的な他者に基づく。そこで獲得される自己同一性は、「本来、非現実とされていた領域、幻想の領域」[大澤, 1992: 243] を現実として生みだされる。

さて、ここまで、大澤の「おたく」論を見てきた。

ただし、大澤の「おたく」論は、本稿で言うところの「実態としてのおたく」に言及しているように見えながら、分析の前提となる「実態としてのおたく」のあり方については、他者による言説に依存している⁷⁾。

また、大澤は、アイドル「おたく」が「自分との距離を感じないアイドル」を好むことを前提としている。が、食い道楽の世界で「B級グルメ」がひとつのカテゴリーとして成立しているのと同様に、「B級アイドル」というカテゴリーが存在している、とするとどうだろうか。いわゆるトップアイドルを愛好するか、B級アイドルにこだわるかは、単なる好みの問題でしかなくなる。それでもなお、B級アイドル愛好家を「おたく」と定義しようとすれば、それは、こだわりの対象の価値が一般に認知されているか／認知されていないかという問題に過ぎなくなる。つまり、大澤が論じたアイドル「おたく」は、大澤が主張する自己同一性の獲得過程に関わる問題ではない。

「やおい」もまた、ひとつのカテゴリーである。強いて言うならば、「や

7) 本稿で言及した部分については、古橋健二, 1989, 「C級アイドルに人生を捧げた聖職者!」『別冊宝島104号 おたくの本』JICC 出版局, 梨本敬法, 1989, 「美少年ホモマンガに群がる永遠の少女たち!」『別冊宝島104号 おたくの本』JICC 出版局を参照。

おい」の振る舞いは、提示された虚構を私物化する試みである。虚構にどのような意味を読み込むかは、それがどのような虚構であろうが受け手の裁量に任される。あえて、作者の意図と別の意味を読み込み、別の物語として再構成することで、その作品、あるいは登場人物は、あたかも意味を読み込んだ個人の創作物であるかのように、当事者においては認識される。つまり、「やおい」は、虚構から別の虚構を生み出す試みに過ぎない。どのような虚構を生み出すかは、意味づけの問題に属する。したがって、それを自己同一性の問題として解く試みそのものに無理がある。

大澤によれば、「おたく」は、「本来、非現実とされていた領域、幻想の領域」で自己同一性を獲得せざるを得ない。が、本節のはじめに触れたように、現実とはリアルを意味しない。わたしたちは、わたしたち一人一人が任意に意味づけしたリアリティを、それぞれ現実として認識しているに過ぎない。誰であろうと人により、それぞれ「現実」の姿が異なるとすれば、非現実 / 現実という線引きそのものが、無意味だといえる。

それでも、大澤は「おたく」を、自己同一性の問題として解いた。

大澤の「おたく」論もまた、「おたく」を一定の人格として捉えようとしていたのである。

2-3. 社会化されない存在

浅羽は、Mが逮捕されたその年に、「おたく」論を発表している。

その主張は以下の4点に集約される。

1. おたくはアイデンティティの問題である。
2. おたくは社会化されていない者である。
3. 原「おたく」の発生は70年代である。
4. 3. の原因は世界が有機的リアリティを単なる情報と化したことに求められる。

相田：おたくをめぐる言説の構成

それぞれについて、浅羽による分析をみていくことにする。

まず、「おたく」が個人にとってはアイデンティティのよりどころであるという部分である。

浅羽は、おたくを、原「おたく」と二次的「おたく」に分類する。浅羽の言う二次的「おたく」とは、初期の「おたく」(=原おたく)たちが商品化した情報を享受するのみの「受動的なマニア」である。

学校化の影響を強くこうむった優等生たちが、70年代末に創始した「おたく」文化は80年代中期に入って、若い層の拡大を見せるとともに、質的变化も生じてくる。

ひとつには、初期の「おたく」たちが二十代となってクリエイター、プランナー、エディターとして、メディアの送り手の側に進出していった。これにより、従来、「おたく」たちが同人誌などでサブカルチャーをベースに展開してきた活動、パロディや用語辞典や資料インデックスなどが、それ自体、雑誌やムックの記事として商品化されるようになる。

そしてその完成品を享受する膨大な二次的「おたく」が生じる。

(中略)

クリエイティビティのより低い若者たちのほうへ飛躍的に広がった裾野ともいうべき二次的「おたく」は、自ら主体的に情報の収集や整理や読み換えを試行錯誤してゆくプロセスが弱いぶん、原「おたく」よりも知的クリエイティブの能力の訓練に欠け、絶え間ない情報をただ享受するのみの受動的マニアへとレベルダウンする。[浅羽, 1989: 253-254]

また、浅羽は「おたく」を社会化されていない者たちとしている。「おたく」の男女差に注目して、浅羽は以下のようにいう。

80年代前後にかなりの層をなしていたロリコンなどの男性「おたく」たちは、(中略)ある程度その個性に見合った形で就職して、「おたく」的活動の一線から遠ざかっていった。そうでなくとも男性であれば、就職によりなんらかの部署を与えられ社会化の機会を得る可能性が高い。

これに対して、(中略)少女「おたく」たちは、女の子どうしの社交の場として「おたく」的イベントやサークルを生かしつつある。彼女らの場合、就職

や結婚にかかわらず「おたく」的活動や人間関係が続く場合が多い。それは現在の男性中心社会では、就職しても職場に自分のアイデンティティを見つけられない若い女性たちの現状の反映と考えられよう。〔浅羽, 1989: 255-256〕

つまり、男性は就職により社会化の機会を得られやすい。同時に、社会化した「おたく」は脱「おたく」していく。一方、女性「おたく」は就職や結婚を経ても「おたく」的活動や人間関係を続ける。女性に限らず、職場にアイデンティティを見つけられない者は、いつまでも「おたく」を続けるしかない。それは「おたく」のアイデンティティの拠り所が「おたく」的活動の他に見い出せないためであると、浅羽は分析している。

そのアイデンティティの拠り所としての「おたく」趣味は浅羽に従えば学生時代に獲得される。

中学校時代といえ、自我に目覚め、学校という同年齢の者ばかりが集められた小社会のなかで、自分独自のステイタスを求めて悩む時期だ。特に、スポーツ能力や社交性で劣る者、または自我が強く自分は普通と違うという意識が強い者などは、特別な趣味や知識に自分のアイデンティティを見つけようとする傾向が強いが、SF やアニメの専門知識の価値などは、一般の生徒にはまず理解してもらえない。本来はそこで自分の価値をあらためて客観視し、社会化のきっかけをつかむわけだが、もし、そうした特殊な知識や情報の価値が手放しで認められる社会があったらどうだろう? 〔浅羽, 1989: 233-234〕

「自分の価値を客観視」する必要を感じることなく、従って「社会化のきっかけ」を得ることに失敗し、他人には理解されがたい自分の趣味に拘泥する者という「おたく」像を浅羽は描いている。そして、浅羽によれば、「おたく」は、社会化される代わりに、「マイナーな情報の共有により連帯を結」〔浅羽, 1989: 238〕ぶ。情報の共有を手段として連帯するためには、連帯を図る者同士の有する情報の質および量が重視される。マイナーな情報を元に連帯することが「おたく」のアイデンティティを支える。こうした浅羽の分析は、中森が「おたく」を命名した際の特徴のひとつである、内向的なイメージと一致する。

浅羽によれば、新人類と原「おたく」の間には、情報環境の変化という共通項が見出される。そして、新人類と原「おたく」を分ける要素は、内向するか外向的かという、人格の問題として描き出されている。

浅羽が描いた「おたく」像をまとめよう。

第一には、「内向的」で「社会化」されない存在である。第二には、マニャックな知識を共有することによる同類意識の獲得から自己のアイデンティティを見出している。かつ、その知識は一般には価値を認められない種類のものである。

つまり、浅羽は、適切な段階で、適切な価値観を身につけることに失敗した者たちの共同意識が、「おたく」を成立させているという。

しかし、裾野が広がった結果「クリエイティビティ」に欠ける「受動的なマニア」である「おたく」が、何をもって「連帯意識」など獲得しなければならないのだろうか。それでなくとも、「専門的知識」を共有しているがゆえに、連帯するというよりむしろ反目し合うのが「実態としてのおたく」の一面である⁸⁾。

浅羽は、自分の趣味の世界に内向し、なおかつ内向した世界を共有できる者同士の連帯が「おたく」であるとしている。

一般に価値を認められているものに対して興味をもつことを浅羽は「社会化」と呼ぶ。浅羽は「社会化」されていない存在を「おたく」と定義づけている。だから、社会化された存在は、「脱おたく」していくと、浅羽は述べているのだろう。したがって、浅羽の問題意識は「新人類」はもちろん、「原おたく」にもない。浅羽が問題化しているのは「二次のおたく」のみである。

つまり、浅羽の論点は「おたく」そのものというよりも、浅羽が言う「社会化」されていない存在の増加にある。浅羽の論が発表された当時、一般にもバッシングの対象となっていた「おたく」は、浅羽にとって持論を展

8) 『COMIKET PRESS 21』(コミケット準備会編) 14ページ参照。

開するための、恰好の材料たり得ていただろう。だからこそ、浅羽は「おたく」を、人格の問題として分析したのである。

2-4. 「コミュニケーション不全症候群」

「おたく」に関してしばしば指摘される要素として、コミュニケーション能力の欠如が挙げられる。前述した宮台による「おたく」論においても、新人类的なコミュニケーションから脱落した者の救済コードとして機能したのが、「おたく」的文化だったと論じられている。

中島は、現代人のコミュニケーションの特徴を挙げ、「コミュニケーション不全症候群」と名づける。

それは端的にいうと、

- 一、他人のことが考えられない、つまり想像力の欠如。
- 二、知合いになるとそれがまったく変わってしまう。つまり自分の視野に入ってくる人間しか「人間」として認められない。
- 三、さまざまな不適応の形があるが、基本的にはそれはすべて人間関係に対する適応過剰ないし適応不能(中略)として発現する。[中島, 1991: 29]

現代社会に適応するには、誰もがコミュニケーション不全症候群にならざるをえない、と中島は言う。一方で、中島の問題意識は、コミュニケーション不全症候群という状況は異常である、という認識にある。中島にとって、コミュニケーション不全症候群は、「不適応という名の適応」[中島, 1991: 29]である。そして、コミュニケーション不全症候群は、「あるとき一気に本来の不適応の形を噴出して、たとえば宮崎某の事件となり、あるいはもっと最終的な事件にこそならないが、そのかわり周囲の人間にとってはもっとも長続きする迷惑であるところのパラノイアとかおたくになってゆく」[中島, 1991: 29]。

中島の論に従うならば、現実の殺人事件も「おたく」も同一地平上、あるいは延長線上に存在する問題である。加えて、中島は「おたく」を「迷惑」と言い切る。それが可能なのは、「コミュニケーション不全症候群」と

いうよりはむしろ、殺人事件と「おたく」を同一線上に置く視線にあるだろう。

中島が「おたく」を問題視しているのは明らかとして、その理由は、「コミュニケーション不全症候群」に求められるのではない。

実世界のなかに自分の居場所を見出すことのできなかつたはみだしてしまった个体群は、この無限に私物化することの可能な虚構空間を得て、はじめて自分自身であることをゆるされたテリトリーを見つけた。マンガ、アニメのマニアであるところの、元祖おたくたちが、まずたかさんのマンガ、アニメ、ビデオの作品群のなかから、特定のいくつかの、かれらの幻想のなかに共同化されやすい要素をもった作品（中略）をまず選び出し、（中略）私物化していったというのは、この彼等の共同幻想の派生するシステムの典型的なプロセスであった。[中島, 1991: 52]

中島の解釈によれば「おたく」は、虚構空間そのものを私物化する（という幻想を抱く）こと、そして、その振る舞いを共有できるところを、自分の居場所と定めるものである。虚構の方が存在場所であり、現実からは「はみだしてしまった」存在として、中島は「おたく」を特徴づけている。そして、「おたく」とは中島にとってみても、人格の問題である。

しかし彼等はいずれにせよ、なんとというか象徴的に、「人間関係よりも大切な関係性」を、人間以外のもの、物質やメディアやその創造物とのあいだに作りあげ、そのほうを人間とのあいだに成立する社会よりも重視し、先行させてしまうタイプのパーソナリティを基本的に有していたのであるといえる。[中島, 1991: 72]

ただ問題はそれらの人々がいずれ成熟する時期を持つ事ができるかどうかということである。[中島, 1991: 265]

中島に特徴的なのは、第一に、「おたく」とは現実から撤退し、居場所を虚構の共有に求めたものであるということ。「人間関係よりも大切な関係性」という一文は、その言い換えである。第二に、第一に挙げた特性はパーソナリティの問題であるということ。第三に、これらの特性は未成熟の証で

あり、成熟することが望ましい。つまり、いずれは脱「おたく」することが「おたく」に求められているということである。

しかし、繰り返しになるが虚構と現実とは、どちらもわたしたちそれぞれが意味づけして初めて、リアリティを獲得するものである。現実だからリアルなのではない。わたしたちは、リアリティという意味づけをなす。その意味づけがわたしたちにリアルを感じさせるのである。

女性「おたく」は、多くの場合やおいを好むと認知されている。

中島は「おたく」のうちでも、男性を厳しく批判する。一方で、中島が女性の「おたく」(しばしば、「やおい」趣味を持つ女性と同一視される)に、「おたく」という呼称を使用するときには、留保をつける。

そういうマニアの(ここでは「女おたく」に該当するかもしれないが私はそうはこういうタイプの子達をなんと呼んでいいのかわからないので、仮にマニア、とあいまいに呼んでおくが)女の子たちはきわめて厳格におたがいのつきあいのルールを持っているし、それを大切にすること、普通の少女たちの比ではない。彼女たちにとっては友人、というものは全世界そのものであって、おたくの男の子たちが自分と機械や作品とだけの交感の世界に埋没(中略)するのは正反対の極みである。[中島, 1991, 91-92]

その理由は、明白である。いわゆる「やおい」が「おたく」に該当するならば、その文化の「おたく」趣味で中島は先駆けとなる存在であるからである。中島が『コミュニケーション不全症候群』を著した当時、一般に「おたく」はバッシングの対象だった。中島自身が「おたく」としてバッシングに直接さらされたとは考えにくい。しかし、中島は自分が一般に「おたく」といわれるカテゴリーに属さないものである、と自己規定しようとしている。中島が男性を「おたく」と定義し、女性に留保をつけたのは、性別という指標を用いて、中島自身を「おたく」というカテゴリーの外側に置こうする所作である。

中島は、誰もが「コミュニケーション不全症候群」だと言わなければならなかったし、「おたく」はその中でもとりわけ、中島にとって「迷惑で

あ」った。だから、やおいは「おたく」ではない、なぜなら、その文化を担っているのは、「おたく」とは言い難い女性であるからだ、とすることで、中島は自らと「おたく」というカテゴリーを無関連なものにしようとした。中島によれば「コミュニケーション不全」は、男性の「おたく」に顕著にあらわれる。女性の「おたく」はむしろ、仲間同士の関係を大切にする、として中島は「コミュニケーション不全」と女性の「おたく」を無関係なものにしようとした。

中島は「おたく」を一定の人格と結びつけた。だからこそ、中島は「コミュニケーション不全症候群」というカテゴリーを作らなければならなかったのである。

「コミュニケーション不全症候群」とは、中島が自らを「おたく」というカテゴリーから分離するために生みだした言説である。そして、それは、中島もまた、「おたく」を画一的なイメージによって表される人格として捉える視点に絡め取られていたことを現している。

2-5. 「おたく」カテゴリーの齟齬

ここまでの「おたく」論では主に、「おたく」とは、コミュニケーションや現実から撤退しているという主旨の言説をみてきた。その一方で、「おたく」は「ある特定の文化ではスペシャリスト」であるという認識も垣間見える。それは、両立しないものではない。

では、スペシャリストとしての「おたく」とは、一体どのような存在になるのだろうか。

岡田による「おたく」論の特徴は、スペシャリストとしての「おたく」の解説に努めているところにある。

岡田の言説は「おたく」という呼称が採用された理由まで遡る。「おたく」は二人称として、(事実上はどうであれ)「おたく」を使用する、というのが、「おたく」の語源である。

「オタク」という言葉を使いはじめたのは、慶応大学幼稚舎出身のおぼっちゃまたち、というのが、オタク業界での一応の定説だ。彼らは熱烈な SF ファンで、その中の何人かは(中略)オタク受けナンバーワン・アニメ『超時空要塞マクロス』を作って大ヒットを飛ばした。ときに西暦1982年。彼等はまさに全オタク、憧れの存在だった。

その彼等が、SF 大会などファンの前でオタクと呼び合っているのだから、他のオタクたちが真似ないはずはない。しかも、情報交換の必要性から初対面の人と話す機会の多いオタクにとって、相手への軽い敬称でもある「お宅」という言葉は便利なものだった [岡田, 1996: 8-9]

そして、アニメの登場人物までが二人称として「おたく」を使う。こうして、「おたく」という二人称は広まった。しかし、「コミケと呼ばれる同人誌即売会にくるような初心者ファンまで」 [岡田, 1996: 9] 「おたく」と呼び合うようになると、「SF ファン同士はお互いを「オタク」と呼ぶのを止め」 [岡田, 1996: 9] たという。それは岡田によれば1982年頃である。

一般に「おたく」と呼ばれている存在に、岡田は、自らが独自に想定した差異をつける。「慶応大学幼稚舎出身のおぼっちゃまたち」と、「コミケと呼ばれる同人誌即売会にくるような初心者ファン」を、岡田は厳密に区別する。結論を先取りすれば、前者こそが岡田の規定するオタクである。後者は、岡田にとってオタクと呼べる存在ではない。

岡田の「おたく」論は、「おたくが持つ三つの目」にまとめられる。

具体的には「粹の目」、「匠の目」、「通の目」の三つである。以下では岡田による解説に従って、ひとつずつ見ていこう。

「粹の目」は、「自分独自の視点で作品中に美を発見し、作者の成長を見守り、楽しむ視点」 [岡田, 1996: 80] である。

「匠の目」とは、「人の手によって順を追って作り上げられた作品を分解して、その手法や工程、システムを読み取ろうとするエンジニアの目」 [岡田, 1996: 128] である。

最後に、「通の目」は、あらゆるジャンルにおいて「人間ドラマ」を見つけだし、「これを読み取り、楽しむ野次馬根性、ジャーナリストティックな視

点」[岡田, 1996: 177]であり、「事情通・業界通という意味だけではない。老舗の伝統や格式に理解を見せ、ビギナーを奥深い世界へと案内する「通人」の視点」[岡田, 1996: 177]である。

これら三つの視点について、岡田は具体例を挙げて解説している。例えば、「粋の目」では、映画『ブレードランナー』の映像世界やハリウッド映画のタイムテーブルを読み解いてみせる。「匠の目」では、『ルパン三世——カリオストロの城』のオープニングを引いて、そこに見られるテクニクを解説する。「通の目」では、週刊少年漫画誌の盛衰をその特徴と共に跡づけていく。

ゆえに、岡田は「おたく」を語る場合に、「立派なおたく」[岡田, 1996: 227]とそうでない「おたく」を厳格に区別する姿勢を取る。岡田にとって問題は「おたく」と非「おたく」にはない。「おたく」の内部を岡田は問題として言及しているのである。

「立派なおたく」とは岡田によれば、次のようなものである。

立派なおたくはおたく知識をきちんと押さえていて、きちんと作品を鑑賞する。当然これは、と目をかけているクリエイターの作品に関しては、お金を惜しまない。逆に手を抜いた作品・職人に対するの評価は厳しい。これらの行動は決して自分の為だけではない。クリエイターを育てるため、ひいてはおたく文化全体に貢献するためでもある。そこのところをおたくたちは心得ている。
[岡田, 1996: 227-228]

岡田は「立派なおたく」の振る舞いを言語化してみせた。ただし、忘れてはならないのは、これもまた、「おたく」論のひとつであるということである。本稿の「はじめに」で、注意を喚起しておいた通り、「実態としてのおたく」と、「おたく」論は、混同されてはならない。

それまで「おたく」論の中心的な論点だった社会との関わり方やアイデンティティについて岡田は不問としている。それが、岡田による「おたく」論の特徴である。岡田によって言及されている「おたく」の内面とは、「立派なおたく」か否かである。しかし、一般の人びとの認識においては、岡

田がいう「立派なおたく」もコミケの来場者も同じ「おたく」としか映らないだろう。岡田は「初心者のファン」を「立派なおたく」と区別しつつ、「おたく」が好む文化を商品化する事業を興し、成功を取めている。

こうした「おたく」論が流通可能になった背景は、連続幼女誘拐殺人事件から7年の歳月が経ち、「おたく」バッシングが薄らいだことに求められるかも知れない。

しかし、「おたく」を否定的にとらえるにせよ、肯定的に語るにせよ、「おたく」を画一的な人格、あるいは人物像として論じられている点は、いずれの論者においても変わらない。

3. 「おたく」的消費社会論

これ以降の「おたく」論は、「おたく」のパーソナリティ、アイデンティティ等の内面ではなく、その振る舞いに注目したものとなる。

本章では、消費形態に着目した「おたく」論2本を取りあげる。

消費については、既に宮台による「おたく」論にも登場している。宮台はモノの消費に付随しているコミュニケーションの可能性を探るための〈物語〉を選択することが、消費の動機であると定義した。しかし、宮台による定義では説明出来ない側面が、人びとの消費形態に見られるようになる。そこで登場したのが「おたく」に特徴的な消費を手掛かりに、現代の消費のあり方を解こうという試みである。

ここに至って、「おたく」はもはや特殊な存在として論じられるものではなくてきたといえる。高度消費社会への適応形態のひとつとして、「おたく」の消費行動が注目されることになったのである。

3-1. 物語消費論

大塚は、人びとは物語りたいという欲求を持っていると主張する。

ただ、一般の人びとが何もない状態から物語を物語るのは非常に困難である。従って、人びとはあらかじめ準備された物語の断片 (= 小さな物語)

を収集し、それを積分して得られる大きな物語へとアクセスすることによって、物語りたいという欲求を満たす。

その最たる例が、子どもたちの間で一大ブームを巻き起こしたビックリマンシールである。ビックリマンシールは「ビックリマンチョコレート」という商品のおまけに過ぎない。ビックリマンチョコレートは、しかし、チョコレートを食すためではなく、シールを入手する目的で大量に消費された。とはいえ、消費されているものは、チョコレートではない。また、おまけのシールそのものが消費されているわけでもない。ビックリマンがヒット商品となったのは、シールに記載されていた内容による。シールの表面にはキャラクター体のイラストと名前が書かれている。シールの裏面には、キャラクターに関する情報と、シールの数だけ存在するキャラクター相互の関係性を示唆する簡単な文章がある。ビックリマンの消費は、チョコレートでもシールそのものでもなく、シールという形で提供されている「小さな物語」を収集することにより、「大きな物語」へアクセスすることだった。情報は多ければ多いほど、つまり、「小さな物語」をより多く収集するほどに「大きな物語」の全体像へ近づくことを可能にする。ビックリマンでは、「小さな物語」へアクセスする方法は、シールを手に入れること、すなわちシールがおまけとなっているビックリマンチョコレートを買い求めることである。

ここでは、見せかけとして消費されているものは、チョコレートやシールである。しかし、本当に消費されているものは、そこに隠された物語である。大塚は、ビックリマンチョコレートのヒットを以上のように分析し、同様の消費が一般に行われているとした。そして、ビックリマンに見られるような消費を、大塚は、〈物語消費〉と呼んだ。

その特徴は、大塚自身のまとめによると、次の通りである。

- ①〈物語ソフト〉ではなくモノないしはサービスが消費の直接あるいは見せかけの対象となる。

- ②そのモノ及びサービスは〈物語〉によって秩序づけられるかあるいは秩序づけられるべく方向が与えられている。
- ③消費者は消費行動を通じて〈物語〉を擬似的に創作するか体験ないしは演じる。[大塚, 2001: 29]

物語消費の例として、大塚は他にいくつかの商品を挙げている。

「シルバニアファミリー」という玩具もそのひとつである。擬人化された小さな動物をメインに、動物たちが暮らす日常を小道具と組み合わせて表現し、飾るのがシルバニアファミリーの消費の仕方である。

また、アニメのマニアたちはしばしば、アニメ本編の内容よりも、その背後にある設定や物語の年表の作成に熱中する。あるいは、現在では二次創作と呼ばれている活動に、作り手や受け手として参加する。これらは、例えばテレビアニメがテレビ番組の一話分として消費されているのではなく、「大きな物語」へアクセスするため、ひいては自ら物語を物語るための「小さな物語」を手に入れるために消費されていることを意味する。

物語消費は、ビックリマンチョココレートのプームに見られるように、「おたく」に限らず一般に広く行われている消費の一形態であると大塚は言う。当然、「おたく」もその例外ではない。

しかし、大塚のいう「大きな物語」がもし失われたとしたら、人びとは何を消費するのだろうか。

次に提示されたのが、あらかじめ用意された大きな物語ではなく、すべてが等価となったものの連鎖から消費者自らがそれぞれに意味を読み込むという消費の形態である。

わたしたちの社会は、その段階にきているのではないか、というのが次に見る東浩紀の主張である。東がその手がかりにしたのが、「おたく」たちの消費行動である。

3-2. データベース消費

東は、現代社会を「大きな物語の失調」[東, 2001: 45]によって特徴づ

ける。ここでいう「大きな物語の失調」とは、「伝統に支えられた「社会」や「神」の大きさをうまく捉えることができ」[東, 2001: 45] ない状態を指す。「おたく」における消費は、「大きな物語の失調」を、サブカルチャーで埋めることに向けられていると東は解く。

「おたく」が向かう消費は、次のような形態をとる。

作品はもはや単独で評価されることがなく、その背後にあるデータベースの優劣で測られる。そして、そのデータベースはユーザー側の読み込みによっていくらかでも異なった表情を表すのだから、ひとたび「設定」を手に入れてしまえば、消費者はそこから原作と異った二次創作をいくらかでも作り出すことが出来る [東, 2001: 53]

二次創作とは、「原作の設定をデータベースまで還元し、そこから任意に抽出されたシミュラクルとして提示される作品」[東, 2001: 119] である。二次創作はオリジナルではない、という意味でどれもが等価である。ただ、二次創作は決して「設定」を引き出すのに使用した原作＝オリジナルの領域を侵すものではない。また、オリジナルは二次創作と別の位相にあるものでもない。作品という意味では、二次創作も原作と呼ばれるオリジナルも、等価なのである。オリジナルの背後＝深層に「設定」が存在する。「設定」からは原作としての物語も引き出せれば、二次創作も作れるといった具合である。東は、この現象を二重構造として捉えていく。

二重構造は、表層と深層から成る。表層には、作品（＝原作、二次創作）といったシミュラクルが宿る。深層には、あらゆるシミュラクル（＝作品）を読み込む元になる「設定」であるデータベースが存在する。

東によれば、90年代以降、消費されているのは、データベースである。

原作の物語とは無関係に、その断片であるイラストや設定だけが単独で消費され、その断片に向けて消費者が自分で勝手に感情移入を強めていく、という別のタイプの消費行動が台頭してきた。この新たな消費行動は、オタクたち自身によって「キャラ萌え」と呼ばれている。[東, 2001: 58]

「キャラクター」は、作家の個性が作り出す固有の個性というより、むしろ、あ

らかじめ登録された要素が組み合わせられ、作品ごとのプログラム（販売戦略）に則って生成される一種の出力結果となっている。そして、実際に、その状況はオタクたち自身によっても自覚されている。〔東, 2001: 67〕

「萌え」という概念については、多少の説明が必要である。

「あらかじめ登録された要素」は「設定」＝データベース、「出力結果」は「作品」＝キャラクターとして読み替られる。「萌え」とは、物語を持たないままのキャラクターが、消費する側の自由な思い入れに従って、単独で消費されるときに根源となる振る舞い——あるいは欲望——である。

「萌え」の対象は完成されたキャラクターに限らない。萌えは、キャラクターを構成するパーツのひとつに向けられることもある。逆に、ある特定のパーツを備えているという理由で、あるキャラクターに「萌え」することもありうる。東は、「萌え」を喚起するパーツを「萌え要素」と呼んでいる。萌えの対象はある程度の人気不人気はあるにしろ、原則的には無限である。

アニメやゲームといった二次元の世界では、現実には存在しえない外見を持つキャラクターがしばしば支持される。人間の頭部に猫の耳状のパーツがついたキャラクターを好む場合は、「猫耳萌え」と自称する。眼鏡をかけたキャラクターを見ると愛着が湧いてくる場合は、「眼鏡っ娘萌え」である。白衣を着用しているキャラに萌える場合は、「白衣萌え」と言われる。単独のキャラクターに萌えるなら、たとえば「綾波萌え」になる。具体的なキャラクター名は別として、「萌え」という言葉の前に置かれるのが、東の言う「萌え要素」である。そして、消費されているのは「萌え」のデータベースや、その組合せによって出力されるシミュラクルとしてのキャラクターである。東は、それを「おたく」の消費に顕著となっている「データベース消費」と論じる。

東の言に従えば、データベースとシミュラクルの二層構造や、「大きな物語の失調」に晒されているのは、なにも「おたく」に限らない。現代社会に生きるわたしたち皆が、同じ状況にある。

その状況下で何を消費するのか、何に対して欲望するのかについて、「お

相田：おたくをめぐる言説の構成

たく」は、より自覚的であるというのが、東の「おたく」論である。

4. 流行文化としてのおたく論

現時点で最新の「おたく」論では、「おたく」的な文化そのものを論点としたものが注目されている。

ここでは、二つの大きな動きに注目したい。ひとつは「おたく」的な文化の広がり、そして、もうひとつはその評価である。

4-1. 秋葉原に見るおたく文化の隆盛

秋葉原という街は、電気街として知られていた。しかし、現在の秋葉原はかつてと趣を異にしている。

秋葉原が九〇年代の末からここ数年の間に、漫画同人誌やフィギュアを初めとするオタク趣味の中心地に変貌し、都市風景までもが塗り替えられつつある（中略）。すでに JR 秋葉原駅の構内からアニメ絵の美少女がほほえむ漫画専門店の看板が並び、中央道りを歩けばポルノゲームの、これまたアニメ絵の美少女のポスターや等身大 POP が何のはばかりもなくずらりと展開している。[森川, 2003: 26]

この変化を、森川は趣味による新しい文化圏が都市のあり方を変えているという希有な例として説明している。では、なぜ変化は秋葉原に顕著に表れたのだろうか。

「流行のファッション（を身につけること：筆者注）と、オタク趣味に関するメディアからの圧力の違い（中略）や、メディアのスポンサーである大企業の多くがオタク相手に大儲けしていた」[森川, 2003: 34-35] かどうかを、森川は問題とする。流行のファッションを身につけようとさせるメディアからの圧力は、オタク趣味に関するそれとは大きく違っている。もちろん、前者の方が収益を期待しやすい分、大きい。そして、おたく市場の規模が広がってきたとはいえ、メディアのスポンサーとなるような大企業がオタク向けの商品で大きな収益を上げていたという話は寡聞にして知

らない。

森川によれば、八〇年代までは、秋葉原は家電が中心の街だったという。しかし、家電製品の購買層は郊外店の台頭によって秋葉原から去っていくことになる。そこで、秋葉原はパソコンを主力商品とした街に変わっていく。それが90年初頭のことである。「パソコンをマニアックに好むような人たちという、人格的な偏り」[森川, 2003: 44] は、秋葉原にパソコンだけでなく、ガレージキットという「おたく」趣味の商品を呼び込んで来る。この変化は、1997年以降に現れる。

そしてガレージキット専門店の集中は、この三年間の秋葉原の変化の一部を構成するに過ぎない。同人誌、コスチュームプレイ用品、トレーディングカード、ドール、アニメキャラクターグッズなど、漫画・アニメ・ゲームに関わるさまざまな商品の専門店がそろって増加しており、その勢いは二〇〇〇年代に入ってからも続いている。いずれも、それまではむしろ渋谷や吉祥寺などに多く見受けられた種類の店である。[森川, 2004: 47]

こうした集中は、森川によれば「趣味嗜好、さらにはキャラクターに関する性的な妄想の共有がその基調を成している。」[森川, 2003: 48]

この様態は、東による「おたく」論で触れた「萌え」が、秋葉原という街で広がりを見せたものである、と言い換えることも出来る。

「秋葉原のおたくの街への変貌が、あくまで需要が先行した、大企業などの介在に因らない自然発生的なものだということ」[森川, 2003: 69], これを森川は「個室空間の都市への延長」[森川, 2003: 73] と捉える。

2004年に開催された第9回ヴェネチア・ビエンナーレでは、「おたく」が日本館のテーマに選ばれた。その際、見られた展示のひとつに、「おたく」の個室をミニチュアとして再現したものがある。部屋は、趣味の違いにより様々な形を見せる。が、共通項として森川が言うところの「アニメ絵」の女の子が描かれたポスターに埋め尽くされていたり、ガレージキットやフィギュアが所狭しと並べられている様子が見られる。趣味の違いは、ポスターに描かれているキャラクターや、フィギュアのモデルとなったキャ

ラクターの個性性に現れている。

秋葉原の街に溢れた「おたく」趣味なディスプレイは、その意味で「おたく」の個室と類似している。「おたく」が選び取る趣味が、その「個性」を表示するものであるとすれば、秋葉原は趣味という形で、新たな個性を獲得した街であると森川は言う。すなわち、「おたく」趣味は、個室を出て外に——街に——広がりつつある。そして、秋葉原の街は電気街としてではなく、「おたく街」として注目され、報道されている。

この状況は大手旅行代理店も無視できない現象となっている。旅行ガイドブック『るぶ』シリーズで知られるJTBも、『もえるるぶ東京案内——史上最濃！やくにたつ萌え系ガイドブック』を2005年2月に出版している。

4-2. おたく的ポップアーティストの出現

村上隆は現代美術家である。したがって村上による「おたく」に関する言説は、言葉を使用した批評よりも、その作品や活動によって現される。

村上は、「おたく」的な意匠を意図的に取り入れた作品を数多く製作している。

例えば『ヒロポンちゃん』という作品がある。「巨大なオッパイの女の子が、自分の乳首から飛び出る母乳でナワトビをしている」[岡田, 1996: 124]という造形をヒロポンちゃんは持つ。村上はこの作品について、岡田(斗司夫)に意見を求めて、「こりゃブッサイクですね～(以下略)」[岡田, 1996: 124]という忌憚のない感想を受けている。岡田からみれば、美少女キャラ、巨乳、という「おたく」好みの意匠を採用していても、村上の作品は「アニメキャラの「文脈を押さえて」いない」[岡田, 1996: 124]。ゆえに、造形の良し悪しを問わず、『ヒロポンちゃん』を、岡田は「ブッサイク」と断じたのだといえる。

村上の作品に対する同様の指摘は、他の人物からもなされている。それは、東のまとめによれば村上が「オタク系作品を「オタク的」にするさまざまな特徴、つまり萌え要素を捉える能力に欠けている」[東, 2001: 92]

ために起こる。村上は、「おたく」的な意匠を作品に取り入れることは出来るが、それを「おたく」的たらしめる「データベース」を持たないというのが、東の見解である。

岡田や東の言葉のとおり、村上による一連の作品が「文脈を押さえていない」「おたく的な意匠をおたく的たらしめるデータベースをもたない」ならば、村上の作品は「おたく」文化とは無関連のはずである。しかし、「おたく」文化を評価する立場にある岡田や東が、わざわざ、村上の作品に言及する理由はどこにあるのだろうか。村上の作品が現代美術の分野で高い評価を受けているという事実に注目したい。その村上を、「おたく」文化を理解できないものとして、いわば村上の作品を「おたく」文化よりも下位に位置づけることによって、相対的に「おたく」文化の価値づけを高く置こうとする言説が岡田や東の村上評である。

さて、村上の活動は精力的である。かつ、海外での評価は高い。

美術作品の価値が貨幣で測られるものか否かは問わないことにして、村上の作品を入手する為の対価を見てみよう。

たとえば、村上の作品のひとつである《Miss Ko²》は、「クリスティーズで50万ドルで競売された」[村上, 2005: 277]。その作品を芸能人にコスプレさせた写真は、100万円を超す値段で落札されている。また、「2003年ルイ・ヴィトンとのコラボレーションでより大規模に実現された(中略)マルチカラーのLVロゴと桜模様のハンドバッグは、同社に三億ドルもの収益をもたらした」[村上, 2005: 277]。ルイ・ヴィトンの例は直接的に「おたく」的な意匠を配置しているものではない。しかし、いずれの作品についても、「おたく」的な意匠を取り入れ、それを最大の特徴としている作家の作品が、美術的な評価の対象や商品になりえている。

それにしても、村上が「おたく」的な意匠に拘るのはなぜだろうか。

イェール大学のジャパン・ソサエティーは、2005年に、《リトルボーイ：爆発する日本のサブカルチャー・アート》展を開催した。展示は村上の作品を中心として、「おたく」の作る若者サブカルチャーに焦点をあて、そ

れが1990年代から今日に至る日本美術の最先端部分にいかにか影響を与えたかを考えながら、技術と大衆メディアを通して、戦後の日本文化を探索するもの」[村上, 2005: iv]である。

《リトルボーイ》展の図録に、村上が持つ「おたく」文化に対する考え方に言及した部分が掲載されている。該当部分を以下に引用しておく。

村上の見たおたく文化は、誇張されたファンタジーの世界で、細部にまで正確な技術、黙示録的イメージ、情報テクノロジーや画像テクノロジー、商業、そして芸術の前衛が会おう世界でもあります。(中略)日本の戦後史における未解決の矛盾が日本のポップ・カルチャーとおたくを取り巻くサブカルチャーの爆発的なコンテキストとなっていると本展で村上は主張するのです。[村上, 2005: iii]

村上によるその試みは、海外で成功を収めていると言えるだろう。また、第9回ヴェネチア・ビエンナーレの日本館での展示が日本の美術館で再現されたように、村上の試みは日本でも評価されるかも知れない。「おたく」的意匠から何を読み取るかは、受け手に委ねられている。村上は、そこにあらゆる前衛の出会いと、戦後日本のポップ・カルチャーとサブカルチャーの存在を見ている。そして、現在ではその村上の主張が、かつての「おたく」バッシングのように、一般に否定されることはない。

村上の作品が「おたく」文化と呼びうるか否かについて、岡田や東らは懐疑的である。しかし、村上の作品に認められる「おたく」的な意匠は、かつてのようなマイナーなイメージではない。村上の登場によって、「おたく」文化は、ポップアートの一ジャンルとして、海外において高い評価を受けているのである。

5. むすびにかえて

本稿では、複数の論者による「おたく」論と、その内容の変遷を見た。「おたく」論は、初期には「おたく」の人格、つまり、人物としての「おたく」を論じてきた。次に、「おたく」に見られる消費の仕方に論点移っ

た。現在は、「おたく」が作ったモノが論じられている。秋葉原に氾濫する「おたく」趣味を取り扱った店舗や、村上隆によってあらわされた「おたく」的な意匠がその代表といえる。

「おたく」論の変遷は、そのまま、「おたく」的な文化が、現代日本を代表するサブカルチャーとして、認知されていく過程である。

どのようなサブカルチャーも、当初は一般には受け入れがたいものとして登場する。そして、そのサブカルチャーは拡大する。それが、定着するか、一時的な流行として終息するか、どちらかの道をどのサブカルチャーも辿る。

初期の「おたく」論では新人類的なものとして「おたく」的なものがしばしば対比された。そして、新人類は一世代で死語となった。しかし、「おたく」は世代を超えたカテゴリーとして存在し続けている。

サブカルチャーが一般的に認知された文化となったとき、その後、そのサブカルチャーがたどる道は二つある。ひとつは、忘れ去れた過去のものになること。もうひとつは、サブカルチャーからメインカルチャーへと評価が変化することである。現在、「おたく」文化の一部はサブカルチャーのひとつとして評価されている。村上隆による「おたく」的意匠をもった一群の作品は、本稿でも見たように現代アートの世界で高く評価されている。わたしたちに身近な現象では、フィギュアをコレクションする人びとの増加が挙げられる。ここでいうフィギュアとは、ガレージキットのように高価、あるいはマニアックなものではなく、身近で安価な商品群をさす。例えば「チョコエッグ」等の食玩や、清涼飲料水に付属してくるボトルキャップが身近で安価な商品群としてのフィギュアの代表だろう。

一方で、「おたく」文化を特徴づけるのは、そのマイナーさである。

アイドル「おたく」は誰もが知っているトップアイドルには価値を見出さない。『もえるるぶ東京案内』のイラスト担当者は、2名いる。具体的には、みさくらなんこつと、風上旬である。両者ともに一般的な知名度はおそらく低い。しかし、両者共に男性向け同人誌やゲーム等の「おたく」

文化では、名を知られた存在である。このムックの購買層が持つ嗜好と、イラスト担当者の傾向が一致していなければ、たとえ『もえるるぶ〜』がカタログとして優れた内容を持っていたとしても売り上げは見込めないだろう。だからこそ、『もえるるぶ〜』のイラスト担当者として、広く一般に名を知られたイラストレーターや漫画家ではなく、特定の「おたく」文化に関わる人びとの間でだけ著名な人物が採用されている。

このように、マイナーさによって成り立っている「おたく」文化がもしマイナーさを失った場合、「おたく」文化はそれでも「おたく」文化として成り立ちうるのだろうか。マイナーゆえにそれが「おたく」文化といえるならば、それが「文化」としてメジャーになった途端、それは「おたく」文化としては成立しない。そして今、「おたく」に対する言説は「おたく」文化に論点を置いている。

「おたく」文化は、現在、上に見た形のジレンマを抱えている。本稿が書かれている時点では、まだその答えは出ていない。このジレンマの行方を見極めることが、今後の課題である。

参 考 文 献

- 浅羽通明, 1991, 「「おたく」という現象——その社会的起源」, 『天使の王国 「おたく」の倫理のために』 JICC 出版局←1989, 「高度消費社会に浮遊する天使たち」, 『別冊宝島104 おたくの本』, JICC 出版局
- 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, 講談社
- 大澤真幸, 1992, 「オタク論——カルト・他者・アイデンティティー——」, 『ポップ・コミュニケーション全書』, PARCO 出版
- 大塚英志, 2001, 『定本物語消費論』角川文庫, 角川書店←大塚英志, 1989, 『物語消費論』, 新曜社
- 大塚英志 + 申森明夫, 1989, 「ぼくらはメディアの子供だ」, 『Mの世代——ぼくらとミヤザキ君』, 太田出版
- 岡田斗司夫, 1996, 『オタク学入門』, 太田出版
- 国際交流基金, 2004, 『おたく：人格=空間=都市 ヴェネチア・ピエンナーレ第9回国際建築展—日本館 出展フィギュア付きカタログ』, 幻冬舎

- 手塚 眞, 1989, 「『宮崎君, キミはバカだ!!』と笑いとばそう」, 『Mの世代——はくらとミヤザキ君』, 太田出版
- 中島 梓, 1991, 『コミュニケーション不全症候群』, 筑摩書房
- 中森明夫, 1989, 「僕が『おたく』の名付け親になった事情」, 『別冊宝島104 おたくの本』, JICC 出版局
- 宮台真司, 1994, 「新人類とオタクとは何だったのか」, 『制服少女たちの選択』, 講談社
←1990, 「新人類とオタクの世紀末を解く」, 『中央公論』90年10月号, 中央公論社
- 村上 隆・編著, 2005, 『リトルボーイ——爆発する日本のサブカルチャー・アート』, ジャパン・ソサエティー イェール大学出版
- 森川嘉一郎, 2003, 『趣都の誕生——萌える都市アキハバラ』, 幻冬舎
- 横内謙介, 1989, 「『企画物』としての宮崎事件」, 『Mの世代——はくらとミヤザキ君』, 太田出版

Summary

The Construction of Discourses on OTAKU: The History of Subcultures from 1983 to 2005

MIHO AIDA

By analyzing the transformation of discourses on OTAKU, this article explores the process where OTAKU culture has been accepted as a subculture in the contemporary Japanese society. The process is divided into four stages as follows.

The first stage (1983) is where OTAKU category began to appear as “people or phenomenon” which means more than the conventional terms ‘mania’ and ‘freak’. At this stage OTAKU was just a category shared by few limited people.

At the second stage, the term OTAKU was widely diffused and recognized in the society. This was triggered by the serial murders of girls in 1989. During this stage a lot of culture critics came to make discourses on OTAKU and develop them into “OTAKU critique.” OTAKU critics tend to link the cultures and behaviors inherited in a person or group categorized as OTAKU with a specific personality or character.

At the third stage, OTAKU discourse focused on the typical consumption behaviors found in the person or group categorized as OTAKU and it came to be discussed that the consumption behavior specific to OTAKU people may not be different from the one among people in general.

The fourth stage, that is to date, is where the discourse deals with OTAKU culture as a whole. Currently OTAKU culture is argued as one which rep-

resents subculture in the contemporary Japan. Here it is from the people or groups labeled OTAKU that cutting-edge creators of trend culture are born.