

映画『ボヘミアン・ラブソディ』からみる 現代文化消費の特徴

落合 夏深
中野はるか
福原 瑠菜
(大石研究会 3 年)

序

I

- 1 世界的大ヒット作品となった『ボヘミアン・ラブソディ』
- 2 プロの批評家からの批判
- 3 乖離した2つの現象と再帰的近代論

II

- 1 ドキュメンタリー映画としての『ボヘミアン・ラブソディ』
- 2 LGBT 映画としての『ボヘミアン・ラブソディ』
- 3 この映画を論じる意味があるのか

III

- 1 再帰的近代論
- 2 美的再帰性
- 3 広告的に消費される『ボヘミアン・ラブソディ』

序

2018年世界を跨いで起こった現象の1つに、『ボヘミアン・ラブソディ』旋風がある。各国で大ヒットを記録し、映画のみならずクイーンのCDや楽曲のリバイバルヒットも引き起こした。まさに社会現象である。しかし一方でこの映画を巡っては興味深い現象がもう1つある。それはプロの批評家からは批判的な評価

を下されているということだ。以前は、プロの評論家から批判されていた映画がヒットすることはそうそうなかった。しかしこの『ボヘミアン・ラブソディ』に関しては、評論家から批判されているのにヒットするといった現象が起こっているのである。ではなぜこの相反する現象が同時に、そして同じ映画を巡って起こるようになったのだろうか。私たちはそこに現代人の文化消費の特徴とその移り変わりがあると考えた。本論では『ボヘミアン・ラブソディ』を巡る社会現象を分析しながら、スコット・ラッシュとジョン・アーリの再帰的近代論を用い、この謎を解いていく。

I

1 世界的大ヒット作品となった『ボヘミアン・ラブソディ』

世界の興行収入1,000億円を突破した映画『ボヘミアン・ラブソディ』は、70年代から80年代にかけて世界のロックシーンに名を残したグループである、「クイーン」を題材とした映画である。この映画は、イギリスで2018年10月、アメリカで2018年11月に公開され、たちまちのうちにヒットした。本作品は、第76回ゴールデングローブ賞において最優秀作品賞、最優秀主演男優賞の2冠を獲得し、第91回アカデミー賞において主演男優賞、編集賞、音響編集賞、録音賞の最多4部門を勝ち取った。他にも、全米映画俳優組合賞や第72回英国アカデミー賞でも賞を獲得している。日本では2018年11月に公開されたのち、その年の興行収入1位を記録した¹⁾。毎週金曜日の朝日新聞夕刊に掲載される日本の興行収入ランキングにおいては、公開後初のランキングであった2018年11月10、11日のランキングで1位を記録すると、そこから2019年3月9、10日のランキングまで常にトップ10に入り続けていた²⁾。2019年10月現在、『ボヘミアン・ラブソディ』は日本だけで130.8億円の興行収入を記録しており、これは歴代17位の記録である。公開して1年経っても一部の映画館で公開されていたことから、その勢いの異常さがわかるだろう。第42回日本アカデミー賞では、『グレイテスト・ショーマン』や『ミッション:インポッシブル/フォールアウト』などを抑え、最優秀外国作品賞を獲得した。

2 プロの批評家からの批判

第1節でも述べたように『ボヘミアン・ラブソディ』は世界的に大ヒットした

作品である。しかし、映画評論家からの評価は決して高くはない。大手映画評論サイト Rotten Tomatoes³⁾ では、欧米各ジャーナル機関の映画評論家によるこの作品への批判的なコメントが多数掲載されている。この Rotten Tomatoes は、1999年に開設された映画レビューのビッグデータである。サイト運営者たちは、まず欧米の様々な報道機関の映画・テレビ番組評論家を約400人選出している。運営者たちは、指定した評論家による作品批評を、出版物や様々なメディアでの発言から収集し、サイトに掲載している。さらに、レビューの1つ1つには、もしそれが肯定的なら「Fresh」、否定的であれば「Rotten」というタグが付けられる。そして、評価全体における「Fresh」と「Rotten」の比率が、数値化されて表示される。第2節では、映画『ボヘミアン・ラブソディ』に対して「Rotten」とタグ付けされた（否定的な）コメントを観察し、同作品に対する批判の論点を明らかにする。そして、第3節にて、「Fresh」タグが付けられたレビューを眺め、反対に『ボヘミアン・ラブソディ』が好評価されているポイントを精査する。

イギリスの有名紙 Times UK の記者は、『ボヘミアン・ラブソディ』は、8年間の苦難と付き添いながら撮影された。しかし、いざ出来上がったものは、ウィキペディアにおける記述すら要約出来なかった。」(2018, Kevin Maher) と述べている。また BBC の記者は、「クイーンの記念碑的シングルであるボヘミアン・ラブソディは、作中で語られているように“平均点”という評価が与えられた。この映画にも同様の評価がなされるだろう。」(2018, Nicholas Barber) とレビューしている。New York Post の記者からは、「よりスリリングでリアルなパフォーマンスは YouTube で簡単に見ることができる。我々が『ボヘミアン・ラブソディ』に求めていたのは、カーボンコピーのコンサートではなく、深くプライベートな、複雑で国際的に愛されているスーパースターへのより密接的な洞察だった」と評価され、映画『ボヘミアン・ラブソディ』がただの“カーボンコピー”になっていると批判されている。The guardian では、「許し難いことに、『ボヘミアン・ラブソディ』は、同性愛の兆候を、マーキュリーの荒れていた時代として描いている。ミュンヘンでソロになったマーキュリーは、麻薬に溺れ、『本当の友達』を失い、パーティー漬けで革ジャンを着ているような『新しい友達』に搾取されていく。このような描写は、マーキュリーの同性愛が「間違った群衆に巻きこまれた」という印象を与えるのだ。」との評価を下している。

これらの批評から、権威あるメディアやその記者たちがいかに『ボヘミアン・ラブソディ』を否定的に見ているかというのがわかる。物語の構成が批判されて

おり、その中でもクイーンを再現する上での情報量の少なさと、フレディ・マーキュリーのセクシャリティに関する部分の描かれ方が批判の対象になっていた。以上のように大ヒット映画であるにもかかわらず、プロの評論家からは辛口のレビューを受けているのである。

3 乖離した2つの現象と再帰的近代論

第2節にて確認したように、欧米のジャーナリズムは、映画作品としての『ボヘミアン・ラブソディ』を酷評している。しかし、本作品は、映画館興行収入8億9,300万ドルと歴代9位を記録し、DVDなど映像作品としては、米国内で4,900万ドルの収益を出した⁴⁾。この相反する2つの現象を、我々は如何に説明できるのか。

改めて Rotten Tomatoes を参照すると、『ボヘミアン・ラブソディ』において高く評価されている点もわかってくる。例えば、「この映画は、映画自体が特に素晴らしくなくても、楽しませたり気分をあげたりすることができるということを示す例である。本作品には、スタジアムライブにおける身体的高揚感と10代の若者に受け入れられるポピュラー音楽が内包している無意味さを兼ね備えている。」(2018, Alonso Duralde/The Wrap) とのレビューがある。物語の意味ではなく、クイーンによるライブ・パフォーマンスを劇中のオーディエンスと共有することから生まれる身体的高揚感が、この作品のヒットに貢献している。このような指摘が、上記のコメントから窺える。また、「フレディ・マーキュリー役はラミ・マレックほど相応しい人はいない。彼は最も不可能だと思われることを成し遂げた。それは、ライブシーンで本物のフレディだと観客に信じさせることだ。」(2018, Mick Lassale/Sun Francisco Chronicle) という評価もある。こちらにおいても、物語ではなく、キャラクターやパフォーマンスに対する再現度の高さが肯定的に評価されている。いわば、『ボヘミアン・ラブソディ』とは、世界的に人気を博した「歌ってみた・弾いてみた動画」の最高峰とも言えるのだ。

以上より、『ボヘミアン・ラブソディ』の評価されている点は、あらゆる本人映像に対する再現度の高さと、観客をまるでライブハウスにいるように錯覚させる画と音の説得力である。そしてここから現代人の芸術鑑賞における特徴が垣間見えてくると、筆者は考える。社会学者のスコット・ラッシュは、「物語や言説のような意味の線形的単位が、テクノロジーの時代においては情報やコミュニケーションの単位のような短絡的・非延長的・非線形的形態の意味へと圧縮され

る』⁵⁾と述べている。彼によると、インターネットが発達し情報社会がグローバル化した現在、芸術作品の価値判断は、物語の意味ではなく、情報化され原子化された美的な要素に基づいている。『ボヘミアン・ラブソディ』を取り巻いた現象、すなわち作品の大ヒットと、英米映画評論家からの酷評からは、スコット・ラッシュとジョン・アーリの再帰的近代論で語られている現代人の文化消費の一端を目撃することができるのである。この再帰的近代論と現代人の文化消費について、我々は第Ⅲ章で詳しく論じる。

Ⅱ

この章では、映画『ボヘミアン・ラブソディ』の①ドキュメンタリー映画としての側面と、②LGBT映画としての側面について、ジャッキー・ガン&ジム・ジェンキンスが記した『QUEEN AS IT BEGAN』の日本語版である、東郷かおり子訳『クイーン 果てしなき伝説』を基に、事実と異なる描かれ方をしている部分について以下に述べていく。第Ⅰ章で述べたように、本作品に対する批判は、クイーンを再現する上での情報量の少なさと、フレディ・マーキュリーのセクシャリティに関する部分の描かれ方の、2点に集中していた。本章は、Rotten Tomatoesに掲載された以上2点の批判に即して、コンテンツアナリシスを試みるものである。

1 ドキュメンタリー映画としての『ボヘミアン・ラブソディ』

映画『ボヘミアン・ラブソディ』は、史実と大いに異なり、既存の情報からの拾象が多いという特徴があり、映画のために作りこまれた部分が多く見受けられる。ここでは3つの出来事に注目したい。

1つ目は、クイーンの活動停止期間は、1983年1月から7月の7ヵ月間であり、仲違いもしていないという点だ。映画では、1985年のライブ・エイドに向けて物語が展開する手前に、フレディが密かに400万ドルのソロ・プロジェクトにサインし、バンドとしばらく距離を置きたいと暴露するシーンがあり、それをきっかけに、フレディと他のメンバーが何年も互いに距離をおいた様子が描かれている。しかしながら、実際は、メンバーはこの期間、互いに休暇の必要性を感じていたのであり、一時的な休息にすぎなかった。本書によれば、「この12年間というもの、休みなくツアーとレコーディングを繰り返してきたが、そろそろ時間をとって、

じっくりと考えたいということで全員の意見が一致していた」⁶⁾という記述があり、それぞれが思い思いの時間を過ごす中で、いつとはなくソロ・アルバムの制作を考え始めていたフレディが、このタイミングで本格的に行動を起こすことになったのである。さらには、1983年の後期にはアルバム『The Works』の制作を始めており、疎遠になったことは一度もなかったのである。

2つ目は、ライヴ・エイドの8週間前に行ったヨーロッパ・ツアー終盤の、南アフリカ公演問題が一切触れられていない点だ。バンドとしての最盛期は過ぎ、人気に陰りも見えてきた1984年。当時、アパルトヘイトを根拠として、国連は、南アフリカ共和国との文化交流を遠慮するという合意を発表していた。それにもかかわらず、クイーンは南アフリカ共和国の一大リゾートである、サン・シティでコンサートを敢行したことで、世界中から政治的なバッシングを受けていた。『クイーン 果てしなき伝説』には、「委員会（イギリス音楽家ユニオン（BMU））は、バンドに違約金を要求する厳しい決定を下した。～だが問題はこれで解決したわけではなかった。あの南アフリカ公演は彼らの名を、規約を無視した音楽家としてブラック・リストに載せる結果を生んだ」⁷⁾という記述がある。実際に、クイーンはその後、BMUから除名され、国内外から「人種差別を認めている国でパフォーマンスを敢行したアーティスト」というレッテルを貼られることになった。そのため、クイーンのライヴ・エイド出演に対しては、本人たちの意図とは関係なく、「南アフリカツアーの罪滅ぼし」⁸⁾という見方が強くなされていた。

3つ目は、ライヴ・エイドは、開催当時の時点においても、歴史的にも冷めた評価が目立つという点である。ボブ・ゲルドフが提唱し、エチオピア飢餓救済のチャリティとして行われたこのコンサートは、ウェンブリーとアメリカのフィラデルフィアのジョン・F・ケネディ・スタジアムで同時開催され、世界150カ国、約10億人の人々に向けて生中継された。国内音楽誌『ミュージック・ライフ』（1985年9月号／株式会社シンコーミュージック）は、ライブ・エイドの意義と成果を概ね好評する一方、いくつかの点で批判を行っていた。「ソビエトのバンドが衛星中継された時、ブーイングした観客が多かったことをとても残念に思うし、アメリカにおけるテレビ、ラジオの放映、放送で黒人ミュージシャンが軽く扱われたことに対して怒りを感じる。アフリカの人々を救おうという気持ちが本当にあるのなら、主義の違う国、皮膚の色の違う人々に偏見を持つことなど出来ないはずである」⁹⁾。また、主催者のボブ・ゲルドフも、「ラブアンドピース」といった理想主義をこのイベントに求めることを否定していた。同じく、『ミュージッ

クライフ』の1987年2月号におけるインタビューに際し、彼は以下のように答えた。「僕は、あのライブ・エイドで『愛と平和』ではなく『金』を求めた。『愛と平和』を唱えるだけでは飢えた人々を救うことができないけれど、金なら実際に救うことができる」¹⁰⁾。ボブ・ゲルドフによるこの姿勢は、出演アーティストの人選にも現れている。社会学者の南田勝也は、以下のように述べている。「売上のみを優先した人選だったが、たしかにイギリスのウェンブリースタジアムのステージは、黒人といえばナイジェリア生まれのシャーデーぐらいで、アフリカ難民救済というには配慮が欠けていたと指摘されても仕方ない」¹¹⁾。

2 LGBT 映画としての『ボヘミアン・ラブソディ』

本節において筆者は、映画で鮮明に描かれなかったフレディへの偏見、すなわち当時フレディが HIV 陽性と診断された多くの男女と同様、病だけでなく政府の失策、そしてエイズ差別の犠牲となったことについて扱う。そして、この社会背景に対して、本作品における言及がほとんどなかったことを指摘し、Rotten Tomatoes による批判に妥当性が認められることを論じる。

「フレディの直接の死因はエイズから併発された気管支肺炎だった。ごく親しい友人には病名は明かされていたものの、そうした人にとっても、その死は突然で、ひどくショッキングな出来事だった」¹²⁾。そうした中、彼の死後、多くの新聞やテレビ、ラジオで彼の才能を惜しむ追悼記事や、追悼番組が放送された。しかしながら、その一方で、『『墮落した同性愛嗜好者の人生』といった、フレディの私生活をむやみに暴き立てるような、品性に欠けた救い難い記事を書く』下劣な記者もいたと言われている¹³⁾。この出来事は、当時、彼のような性的少数者に対するエイズ差別が起こっていたことを示している。

なぜエイズ差別は起きたのか。1980年代初頭、アメリカやイギリスなどの一部の都市で HIV の流行が初めて確認された時、感染が特定の集団で見られているという医師の指摘を受けた各国政府は、感染拡大を防ぐ対応をほとんど採らなかったため、「HIV はゲイがかかる病気」という偏見が当時の社会に浸透していたことがこの背景にある。そのため、多くの人々は、「自己責任」、すなわち、「男性同性愛者が HIV に感染したのは、数多くの相手と性行為をするという危険な行動を取るせいだ」という認識があり、HIV は当初、「ゲイ関連免疫不全」の頭文字を取った「GRID」と名付けられたほどだった。しかしながら、後の調査で、HIV に関する認識が正され、科学的に間違っていたことが判明する。安全にセッ

クスをするための啓蒙活動が行われていない中、たまたま一部のゲイコミュニティに被害が多く出た事実が拡大解釈され、エイズ差別が蔓延した。当時の状況は、フレディは言うまでもなく、他の性的マイノリティたちに対して、精神的負担を負わせていたのである。

だが、映画では、バンドメンバーとヘテロの元妻をフレディの本来の居場所であるかのように描き、その対比として、ホモセクシャリティのコミュニティにおけるフレディを「トップスターの墮落」として描いている。例えば、クイーンのマネージャーであったポール・ブレンターは、フレディ・マーキュリーを過ちへと導いた悪役として設定されている。作中でのポール・ブレンターは、フレディを他のバンドメンバーや元妻から隔離し、フレディの音楽活動やセクシャリティを独占的に搾取した。フレディが毎晩ポール・ブレンターやその仲間たちとセックス漬け・ドラッグ漬けになっていた中、ある夜元妻のメアリーがフレディのもとを訪れる。メアリーはフレディに対し、彼が如何にポールの欲しいようにされているか説教する。フレディは、メアリーの一言であたかも「目が覚めた」ように、ポール・ブレンターたちと絶交し、クイーンのメンバーたちのもとへ帰還する。史実として認められている同性愛者の恋人ジム・ハットンとフレディ・マーキュリーとの関係へのアプローチも、作中では遠ざけられている。ジム・ハットンは初対面のフレディに対し、「君が本来の自分を見つけたら再会する」と言い残し、ライヴ・エイドに臨む直前まで（フレディが目覚ますまで）姿を現さなかった。このような描写は、LGBTをテーマの一部に据えた映画として、非常に反動的である。第一に、エイズ差別が日常的に行われていた社会背景に対しての言及があまりに少ない。次に、本作は、ポール・ブレンターらの同性愛者のコミュニティを「フレディを過ちへ導いた悪役たち」として設定した。そして、ジム・ハットンとフレディが逆境を如何に生き抜いたのかという描写もなされなかった。

3 この映画を論じる意味があるのか

映画『ボヘミアン・ラブソディ』は、史実から情報の捨象が顕著に見受けられる作品である。しかし、クイーンのサクセスストーリーを疑似体験し、身体的高揚感を得られる映画として、本作品は高い評価を得た。このことに対して、プロデューサーのグレアム・キングは、『ボヘミアン・ラブソディ オフィシャル・ブック』にて、以下のように述べている。「フレディと〈クイーン〉のレガシーとも言えるべき、人々に笑顔をもたらし、人々の心を1つにする驚異的な曲の数々

をのちの世代に伝えること、それが第一だった。世界のどこにいたって、スポーツイベントで「伝説のチャンピオン」を耳にしたら、隣の誰かと一緒に手を叩きながら歌わずにはいられないだろう？ 映画で捉えたかったのは、その感覚なんだ。フレディのもたらす感情だけでなく、〈クイーン〉の音楽が喚起する気持ちを描き出せれば、観客全員が楽しめると感じたのさ」¹⁴⁾。この映画は、決してクイーンの実像に迫るものでも時代考証を試みるものでもない。そして、本作を高く評価している観客の多くも、クイーンのモノマネを求めても、クイーン自体を求めてはいない。もし、史実としてのクイーンを求めるのであれば、それこそ Rotten Tomatoes でのレビューにあるように、YouTube に転がっている本人映像を見れば良い。従って、そもそも「論じる」対象として『ボヘミアン・ラブソディ』を見ること自体が、非常に不毛に思えてくる。欧米映画評論家と一般大衆の間には、本作の鑑賞において著しい温度差が存在する。観客たちは、『ボヘミアン・ラブソディ』で何を観ていたのだろうか。

III

第Ⅱ章では、欧米の映画評論家の本作品に対する批判の論点に即して、この映画の内容分析を行った。その結果、欧米映画評論家による批判は、客観的に説得力を帯びていることが確認された。しかし、観客は、『ボヘミアン・ラブソディ』を「クイーンの再解釈」や「LGBT」といったキーワードで社会文脈的に解釈しているかどうかは、尚更疑問視される。観客は、『ボヘミアン・ラブソディ』をどのように観ていたのか。

本章の目的は、スコット・ラッシュとジョン・アーリによる再帰的近代論を参照しながら、現代人の芸術消費形態を論じることである。そして、欧米評論家による『ボヘミアン・ラブソディ』への批判と世界的大ヒットのギャップから、上記の文化消費形態の一端を見ることができるとを論じる。

再帰的近代論とは、『記号と空間の経済（邦題：フローと再帰性の社会学）』（Sage Publication, 1994年）において、社会学者のスコット・ラッシュとジョン・アーリによって提唱された考え方である。本章において、再帰的近代化は議論の重大要素となる。それ故に、筆者はまず再帰的批判性の最も基本的な考え方を紹介する。次に、この再帰的批判性は、「認知的再帰性」と「美的再帰性」の2つに分類されることを説明する。この、「美的再帰性」は、本章で一番大切なキーワードで

ある。

1 再帰的近代論

20世紀末において、グローバル化と情報化によるヒト・モノの循環は著しく拡大した。その中で、閉鎖的（フォード主義的）な工業システムである組織化資本主義は終焉し、生産拠点が世界各地のグローバル都市へ分散した。このポスト産業社会において、資本の循環がかつてなく流動的になると、我々は、主体（ヒト・労働力）と客体（モノ）を区別できなくなる。それ故、両者が持っていた固有の存在意義や意味内容が次第に抽象化し、やがて喪失する。このような社会変容の中で生産される客体は、次第に記号的価値しか持たなくなる。視聴覚に対し刺激的なデザインのみが残った無意味の客体は、情報テクノロジーを通じて世界中を飛び回る。今や「記号と空間の経済」に飲み込まれた我々は、芸術作品などの文化的記号に対し無感動になりつつある。つまり、ヒトやモノが持つ「意味」というものに対して、我々は関心を向けなくなっている。

しかし、そうした背景と裏腹に、新たな社会現象が発生している。それは、批判的再帰性の発展である。前段落で述べたように、後期近代（ポスト近代）において、世界の秩序を再生産する中核は、フォード主義的産業システムからグローバル化と情報システムに取って代わられた。その過程で、人々は、産業や国家などのあらゆる構造による他律的な統制や管理から自由になり、自己を再帰的にモニタリングし始めた。つまり、人間は、社会を動かす為のイニシアチブを、システムそれ自体から取り戻そうとしたのである。そして現在再び、グローバル化と情報化が可能にした記号と空間の経済に対し、人々はますます批判的になっている¹⁵⁾。以上が、再帰的近代論の最も基本的な考え方である。

スコット・ラッシュとジョン・アーリは、この再帰的批判性を2つに分類している。それは、「認知的再帰性」と「美的再帰性」である。前提として、この2つの再帰性は、記号と空間の経済が確立しなければどちらも現れない。まず「認知的再帰性」は、主に社会学者のベックやアンソニー・ギデンズによって論じられている。それは、システムから主体性を取り戻す試み（再帰的批判）が、功利主義的側面に由来している。例えば、ベックは、現代をリスク社会と定義した。記号と空間の経済の発展によって、階級社会・古典的核家族・大量工業生産など様々な構造が解体する中で、個人化のプロセスがいかに進展するのかを分析した。

大量生産を可能にした科学や専門家システムへ再帰的な反省を試みることや、婚姻や出産、働き方など個人のライフスタイルを根本的に見直すことは、功利主義的な個人化の進展という意味で、「認知的再帰性」である¹⁶⁾。

一方、後者の「美的再帰性」とは、文化産業の生産と消費の中に存在する。この概念こそ、「ボヘミアン・ラブソディ」の興行的成功を分析する上で欠かせないものとなる。このスコット・ラッシュとジョン・アーリによる「美的再帰性」の議論を、筆者は次節で詳細に説明する。

2 美的再帰性

まず、筆者は、スコット・ラッシュとジョン・アーリの結論から要約する。美的再帰性とは、原子化されデータベース化された美的素材（記号）から生産された寓話と象徴が、日常生活における自己の源泉になることである。そのメカニズムは、次の段落から示す通りである。

前節にて、「認知的再帰性」と「美的再帰性」が起こるには、はどちらも「記号と空間の経済」が成立しなければならないと記した。「美的再帰性」にとっての「記号と空間の経済」とは、脱垂直統合的な文化資本の生産システムとその生産物である。『記号と空間の経済（邦題：フローと再帰性の社会学）』（Sage Publication, 1994年）は、書籍出版、映画、レコード、テレビを検討し、文化産業の生産がフォード主義から脱統合主義へ変化する歴史を辿った。本論文の題材である映画の領域では、1940年代以降のアメリカにおける映画産業を例にとることができる。クリストファーソンとストーパーの分析によると、1920年代からフォード主義的な映画製作は、40年代後半以降変化を迫られることになった。その原因は、テレビの普及に伴って映画の大量消費が減少したことである。製作される映画が少なくなると、労働力や設備を1つの閉鎖的なシステムに統合させず、様々な外部から獲得するという手法が、映画産業の商業的側面において主流となった。（ただし、同時に間接費用の削減も求められた）。よって、1つのプロジェクトに対し、制作拠点は世界各地へ脱統合化された。本書は、アメリカのワーナー社がロンドンのパインウッドスタジオにて撮影を行った『バットマン』（1988年）を、特に具体的な例として挙げていた。ロンドンで製作されたのは、イギリスの特撮技術が優れていることに加え、当時のドルとポンドの為替レートが望ましかったからである。また、ワーナー社は、業界人の豊かな人脈を活用し、美術

監督や技術助手、編集者の多くを個人事業主や外部企業から雇った。このように、現代の巨大な映画製作プロジェクトは、脱統合的な生産形態をとっている¹⁷⁾。

セーブルの「構造化と遂行の再統合」によると、こうしたフレキシブルな生産システムは、生産主体を再帰的にさせる。それは、「製造連がより短くなることにより、新たな製品に適した最も良い生産工程を目指し、従業員が頻繁に判断を行わなければならない」¹⁸⁾からである。「また、新製品のデザインのために、多くの労力が投入されなければいけないという意味で再帰的である。これは通常、長いサイクルの業務となっており、製品の性質と工程の最適性を巡る複数の選択肢のなかで、数多くの判断と決断が行われている」¹⁹⁾。以上のように、フレキシブルな文化産業の活動は、絶えず「イノベーション集約的で、デザイン集約的」²⁰⁾である。つまり、文化産業において、多くの企画がモデル開発やデザイン開発に費やされ、逆に生産工程での仕事の割合が少なくなっている²¹⁾。「デザイン集約的」や「デザイン開発」というとき、それは専ら美的な意味のデザインを指している。新たな文化的作品の生産が、ただ効率的に売り捌くための合理性や知識だけではなく、生産者のシンボル処理能力（何が人を魅了するのか、何がカッコいいのか、何がダサイのか、ということを感じ取る力）に依存するようになる。シンボル処理能力という美的感性は、商品の付加価値を創造する上で、現代では重要要素となる。

こうして生産される文化的加工品は、「次第に商品ではなく広告のようになっている」²²⁾。レコード会社や映画産業が、1つのアーティストで繰り返し作品のデザインに成功すると、次第に作品自体ではなくアーティストが強調されるようになる。従って、文化産業が販売しているのは、作品自体ではなく、ブランド化されたアーティストである²³⁾。ワーナー社は、マイケル・ジャクソンのアルバムや楽曲ではなく、マイケル・ジャクソンというブランドを販売する。主要映画会社は、スティーブン・スピルバーグの映画作品ではなく、彼のブランドを販売している。ここで注意すべき点は、文化産業は、もはや自分自身のブランドを販売していないということである。広告会社は、自社をブランドとして売らず、他社の製品をブランドとして販売している。彼らと同じく文化産業も、自分自身ではなくスター俳優やトップスター俳優、カリスマ映画監督をブランドとして販売している。ブランドは、資格や聴覚に訴えかける刺激的なイメージによって装飾がなされ、世界中の市場経済を走り回るのである。

以上の過程で、文化的加工品が持つ価値は、それ自体が固有として持つ意味

（「これは何を風刺している」、「これは社会の〇〇を表現したものである」といった意味）ではなく、記号（アーティストとしてのブランド、視覚や聴覚に刺激的なイメージ）に依存するようになる。

スコット・ラッシュとジョン・アーリは、この美的再帰性という現象には、2つの側面でポスト近代的であり、両者はアンビバレントな関係にあると論じた。第一に、文化産業の脱統合化や生産形態のデザイン集約化は、それ自体功利主義的エートスの批判である。さらに、それは文化産業のエリート構造に解体を促し、美に対して再帰的になる機会は、一般市民の領域までに拡大している。これは、現状に対する積極的な見方である。しかし、同時にディストピア的な第二の見解も展開している。それは、現代の美的再帰性が、再帰の主体性を必要としないことである。必要とされているものは、再帰的客体（人々の感性に直接訴える美的イメージ）である。「人に感動を催す要素」を完全に捉えパッケージ化された美的イメージは、現代人からますます主体性を奪う。そこでは、再帰の主体が自らの判断で美を選んでいない。客体の方が、自身に対し美しいと思ってくれる人を、既に選んでいる。つまり、「何が美しいのか」という本来なら人間が自問自答せねばならぬ命題に対し、データベース化された美的イメージが最初から答えを提供してしまっている。少なくとも、デザイン集約化が進んでいる文化産業において、人々が面白がり、クールであると受け取る美的要素は、大部分において分析されきっている。文化産業のデザイン集約化におけるこの負の側面は、再帰性を唱える上で非常に逆説的な帰結である。美的再帰性が持つこれら2つの相反する側面は、今回の研究対象である『ボヘミアン・ラブソディ』の興行的成功に深く関わっていると、筆者は考える。

3 広告的に消費される『ボヘミアン・ラブソディ』

第2節において、筆者は、文化産業と広告産業のあり方が似通ってきていることに触れた。そして、スコット・ラッシュとジョン・アーリは、1980年代以降のハリウッドにおける、映画産業の広告化について論じている。「イギリスの文化産業における広告の重要性は、1980年代にハリウッドで、イギリスの商業映画の製作が増えたことにみとれる。これらの映画プロデューサー……はみな、広告産業の出身者である」²⁴⁾。「広告は、もっとも強く視覚に訴えかけるものである。イギリスの監督たちは、たとえ多額の費用をかけた映画であっても、大戦前には

そうした価値を実現することができなかった。なぜならば、演劇における物語や文学的伝統に邪魔され、話される言葉にあまりにも頼りすぎていたからである²⁵⁾。しかし、美的再帰性を経験した現代の我々は、感性が「ビデオ・モード」になっている²⁶⁾。この「ビデオ・モード」という言葉は、アバークロンビーによって1991年に提唱された言葉である。彼は、現代の映画鑑賞方法が、「文学モード」と「ビデオモード」の2つに分離していると論じた。前者は、物語全体をメタファーとして鑑賞し、それが含意する社会に開かれたメッセージを読み込もうとする。後者は、作品の中で自分の視覚や聴覚に対して刺激的だったポイントやシーンを、断片的に消費する。つまり、「文学モード」は文化製品を線形的に消費し、「ビデオ・モード」はそれを非線形的に消費する。スコット・ラッシュとジョン・アーリは、アバークロンビーの以上のような議論を紹介した上で、現代において支配的な文化消費形態は、「ビデオ・モード」であると論じている。このような感性は、美的再帰性を経験した我々にとって特有のものである。文化産業が20世紀の後半を通じて脱フォード主義化し、プロダクションの拠点多極分散化する中、各地が興行収益の向上を図るため、新商品の開発に「デザイン集約性」が重視される。その時、映画産業（特に1980年代以降のハリウッド）では、物語や文学よりも直接的に心の琴線に訴えかける作品の製作を行う。その状況下では、「あまり文学的でない見世物要素が極めて強い映画」が、消費者の映画館動員を促すのに最適である。広告の制作においては、最速のコマ割りと最大限のクローズアップが用いられる。今回のボヘミアン・ラブソディもまた、カット数が非常に多い。作品は、1つのドラマとして連結していない。クイーンやフレディを取り巻く状況の変化に対する描写と、ヒットソングの再現映像が、交互に折り重なって作品が完成している。この Rotten Tomatoes において本作が高く評価されている点は、第1節に確認されるように個のキャラクターやライブの再現度の高さと、映像と音の刺激による身体的高揚感である。肯定的なレビューの観点は、まさに「ビデオ・モード」である。つまり、『ボヘミアン・ラブソディ』もまた、「ビデオ・モード」と化している我々の感性に、とても適していると評価された作品である。そして、英米評論家による作品に対する酷評と興行的大成功の矛盾は、鑑賞形態の温度差に由来していると、筆者は考える。スクリーンに映し出された「クイーン」や「フレディ・マーキュリー」が、如何に史実やオリジナルに近いのかということに対し、観客の多くは関心を向けていない。美的要素がデータベース化され芸術消費が非線形になった今、おそらく、実際の「クイーン」と「ク

イーンのもの」のどちらが我々に感動を与えてくれるのか、我々はもはや答えられない。

- 1) 一般社団法人日本映画製作者連盟 〈<http://www.eiren.org/toukei/index.html>〉。
- 2) 朝日新聞記事データベース 聞蔵Ⅱビジュアル 〈<http://database.asahi.com.kras1.lib.keio.ac.jp/library2/main/top.php>〉。
- 3) Rotten Tomatoes 〈<https://www.rottentomatoes.com/>〉。
- 4) the Numbers.
- 5) 南田勝也著『オルタナティブロックの社会学』花伝社、2014年、229-234頁。
- 6) 東郷かおる子訳『クイーン 果てしなき伝説』扶桑社、1995年、293頁。
- 7) 同上、324頁。
- 8) 同上、324頁。
- 9) 『ミュージック・ライフ』1885年9月号（株式会社シンコーミュージック）102頁。
- 10) 別冊宝島編集部編『ライヴ・エイドの軌跡—80年代の音楽状況を検証する旅』宝島社、2005年、36-37頁。
- 11) 南田勝也著『オルタナティブロックの社会学』花伝社、2014年、771-772頁。
- 12) 東郷かおる子訳『クイーン 果てしなき伝説』扶桑社、1995年、431頁。
- 13) 同上、432頁。
- 14) オーウェン・ウィリアムズ『ボヘミアン・ラブソディー オフィシャル・ブック』竹書房、2019年、12頁。
- 15) スコット・ラッシュ、ジョン・アーリ『記号と空間の経済（邦題：フローと再帰性の社会学）』Sage Publication、1994年、1-5 頁。
- 16) 同上、29-37頁。
- 17) 同上、103-105頁。
- 18) 同上、111頁。
- 19) 同上、111頁。
- 20) 同上、112頁。
- 21) 同上、112頁。
- 22) 同上、126頁。
- 23) 同上、127頁。
- 24) 同上、127頁。
- 25) 同上、127頁。
- 26) 同上。