

「大衆文化」研究の関連領域と対応概念

張 光 夫

大衆文化 mass culture¹⁾の研究は、社会学あるいは社会心理学において、公認された統合的領域としての地位を与えられてはいない。また、大衆文化プロパーを主題とした研究（とくに、巨視的レベルにおけるそれ、いわゆる「大衆文化論」）は、たとえば、社会学の正統的分野における研究の蓄積に比較すれば、きわめて乏しい。しかし、包括的な意味での大衆文化研究は、社会学あるいは社会心理学の固有の主題としてだけでなく、それらの内部にある関連領域から、さらにまた、それらの外部に存在する関連領域からさえも、多様な接近を可能とし、かつ、必要としているがために、各種の領域でのそれをひっくるめて考えれば、その業績は決して乏しいとはいえない。いわば、大衆文化研究は、包容性、会合性を本来的特色として持っているのである。本稿での中心的意図は、大衆文化研究推進の基礎前提となる諸概念の提示とそれぞれの位置づけということにあるが、それに先き立って、大衆文化研究の関連領域とみなされる諸分野を概観しておきたい。

1. 大衆文化の研究関連領域

A) マス・コミュニケーション研究

大衆文化研究にとって、マス・コミュニケーション研究は、もっとも密接な隣接領域である。いやむしろ、両者は明瞭な分界線を見出せないほどに重なり合い、交わり合っているといったほうが事実に近いであろう。研究史的視角からみても、ようやくここ数年来——それも主としてアメリカにおいてのみ——統合的領域として認識されはじめたにすぎない大衆文化研究は、ほぼ30年に達す

る歴史を有するマス・コミュニケーション研究の大量の蓄積を土台として、進められているのが実状であり、研究主体、接近態度においても相重なっている場合がきわめて多い。そもそも大衆文化が、マス・メディアを通しての大衆との接触の一つの重要な特質としている以上、両者の親近性は自明のことがらというべきであるかもしれない。

大衆文化研究がマス・コミュニケーション研究と重なり合うのは、後者の文化的・娯楽的機能にかんする次元においてである。この次元における研究は、通例各メディアム別——新聞・雑誌・書籍、映画、ラジオ、テレビ——に行われている²⁾。それらをコミュニケーション過程との対応において把えるならば、内容分析 content analysis の分野に属する研究がもっとも豊かな成果をもたらしており、それに次ぐものとしては、効果分析 effect analysis の分野に含まれる研究がある³⁾。

調査と密着した実証的態度を基底にもち、著しい発達をとげた資料の蒐集・処理技術を駆使するマス・コミュニケーション研究は、今後も大衆文化研究のもっとも有効な協働者としての位置を占め続けることであろう。しかしながら、方法的精緻化に往々にして伴ないがちが徴視化と没価値化の傾向は、マス・コミュニケーション研究自体の内部において、問題意識確認への反省を促がすものであると同時に、大衆文化研究にとっても、相異なる領域からの接近を要請することになる。

B) 「大衆社会論」——社会構造論的アプローチ

マス・コミュニケーション研究におけるそれと

は対照的に、巨視的な角度から現代社会における大衆化状況の一局面としての大衆文化一般が問題とされる。

日本における「大衆社会論」の華々しき問題化は、ここ数年来のことに属するが、現代社会を「大衆社会」として把握しようとする発想は、グレアム・ウォラスの「巨大社会」The Great Society, 1914. まで溯らずとも、すでに30年以前にそれを試みたオルテガ⁴⁾以来の歴史を有している⁵⁾。

現代民主主義体制のはらんでいる内部必然的の弊を鋭く洞察し、すぐれた体系的理論を構成したマンハイムにしたがって、ここで「大衆社会論」の基本的理論枠組を想起しておこう。

テクノロジーの発展が必然的にひきおこす分業と機械化の全面的浸透拡大を起動因として、「機能的合理化」functional rationalization 過程と、その社会的・政治的対応物である「基本的民主化」fundamental democratization 過程が進展してゆく。そして、この運動過程自体が、組織の高度化・社会的権力の集中<官僚制>と社会統制技術の強化によって、大衆を同質化、情緒化され受動的であると同時に暴発的な操作体象としての存在に追いやる<自己疎外>とところの二律背反的逆機能、すなわち「実質的非合理化」substantial irrationalization・「否定的民主化」negative democratization 過程を昂進させてゆく⁶⁾。かくして、現代社会の「産業的大衆社会」industrialized mass society としての認識は、これらの「非同時的なるものの同時的存在」contemporaneity of the non-contemporaneous⁷⁾を基本的契機とすることによって成立している。

大衆社会状況のきわめて簡潔な図式化を提示した松下圭一氏のテーゼによれば「資本制内部における生産の社会化<独占資本段階への移行>を起動因として I. 労働者階級を中核とする人口量のプロレタリア化、II. テクノロジーの社会化にともなう大量生産・大量伝達の飛躍的な発達、ついで III. これら I. II を基礎とした伝統的社会層別の平準化 leveling による政治的平等化を前提として、社会形態の変化が必然化される」とこ

ろに、機械化された「大衆社会」が成立するとされる⁸⁾。

大衆社会の特殊問題状況たる官僚制と大衆操作を、社会体制<生産関係>から一応独立した「技術的傾向性」として把握する限りにおいて松下氏の視角はマンハイムのそれと一致する。しかしながら、大衆社会状況の出現を「社会形態」の変化としておさえながら、その形態変化それ自体に、資本主義の独占段階への移行による体制論理の貫徹を見出すという点⁹⁾で、松下氏はマンハイムと相隔たっている。マンハイムが下した現代社会の危機診断は、技術文明の進展がもたらす逆機能の存在と態様をみごとにえぐり出している点において厳然たる価値を有している。しかし、逆機能の作動要因を「テクノロジー」の側面からのみ解釈するのではなく、松下氏が行なっているごとく、その発現形態をより根底から条件づけるものとしての生産関係視点を設定することが、社会構造の立体整序の把握のためには、やはり不可欠の要請ではないかと考えられ、その意味において、マンハイムの社会構造論には克服されるべき箇所があったといわなければならない。この問題にここで深く立入ることはできないが、「大衆社会論」の範疇に包含されうる諸成果が、生産関係視点導入の有無に準拠して二大別されうることは、注意してよいであろう¹⁰⁾。

大衆社会状況の文化的側面として大衆文化が論議される場合、上記の類別との関連において、大衆文化の実質上の作り手、送り手である大規模独占化したマス・コミュニケーション産業<資本>の自己拡張要求および物質的財貨の生産領域から娯楽・余暇領域への資本の進出、いいかえれば娯楽・余暇の心理的商品化という事実状況解釈の優越的契機を見出すか否かという点での相違が存在するとはいえ、大衆文化が内容的に感性的消費性をおび、画一化された「まがいもの」kitsch (グリーンバーグ) であるという悲観的評価を与えることにおいて論者の態度は共通している。すなわち、ミルズのいうところによれば、それは「人間を驚かし興奮させ気分を紛らせはするが、理性や感性を豊かにし、自発的な独創性を涵養す

るようなものではない¹¹⁾し、リースマンの表現にしたがえば、他人志向型社会の「集団適応」の道具としての役割を果すものであるにすぎない¹²⁾。

そして、この文化の形式的担い手たる社会人口の大部分を占めるところの「大衆」は、生産技術の発達〈大量生産〉にもとづく、生活条件、生活形態の平準化——普通教育と社会保障の普及がそれに側面的支持を与える——の内部で、増大した余暇と購買力を所有するにいたった存在として把握されている。

C) 近代文化史

いま一つ、大衆文化研究にとって重要な意義を有するものとして、近代文化史の領域が考えられる。文化史の対象は、「文化」概念の広狭に応じて実に多種多様であるが、われわれにとって重要であるのは、所産としての文化、それも「文化形象」Kulturbestand (ガイガー) にまで昇華されたそれ、しかもなかならず芸術を主たる対象とする文化史でなければならない。この次元における研究は、社会史的背景との関連において、大衆文化内容の具体的変遷をあとづけ、かつ、大衆文化の「乗り物」vehicle としての各メディアムの隆替消長を相互連関的に観察することを通して、微視的マス・コミュニケーション研究を時間軸に沿って定着させ、また、巨視的「大衆文化論」の設定した理論枠組を間接的に検証、補強する役割を果すものである。文化史の専門家ではないローウェンタールも、大衆文化研究が、実用主義的要求に発して大衆の趣味を数量的に把握するというかたちでのマス・コミュニケーション研究に偏している状態を批判して「大衆の趣味を基本的範疇として容認するのではなく、技術的、政治的、経済的諸条件の特定の発展にともなって、また、その生産領域の主人たちの利益のために、趣味がどのようにして消費者に与えられるかを見出すことを強く主張する¹³⁾」歴史的観点の必要性を説いたのであった。

とはいえ、実質上、ほとんどすべての場合において、文化史研究の対象とされる素材は、各時代における文化活動の精髓ともいべき大芸術家の作品に重点がおかれ、低級文化である大衆文化に

対する注目は、ごく附随的にしかなされていないのが通例である。それゆえ、大衆文化に焦点を合わせたこの領域における研究は決して充実しているとはいえない¹³⁾。しかし、現在利用しうる範囲内からだけでも、マス・コミュニケーション研究の次元からひき出すことのできない示唆を期待することができるのである。

2. 「大衆文化」とその対応概念

前節においてみてきた各関連領域の会合領域として位置づけることのできる大衆文化研究は、それ自体、数多くの研究主題を取り出しうる多様な次元を包含した複合的研究領域である。本節では、この複合的領域における各種の研究を進めてゆく際に、共通的に必要とされる大衆文化の本質規定を、同時代ならびに先行時代の対応諸概念と関連させるという手順を通して、外部から照射することを試みてみたい。

まず、低級文化としての大衆文化に対応する概念として「高級文化」「エリート文化」High Culture, Elite Culture, をあげなければならない。一般的に、高級文化とは、最高度に昇華された芸術活動の所産であり、それを生んだ社会の精神的力能の一局限を形象的に顕示しているものであるということができよう。しかし、時代媒介的に考えるならば、現代社会における高級文化と先行社会におけるそれとの間には著しい相違が見出され、それゆえに、この両者を区別して考察することが必要である。現代社会における高級文化については後にゆずり、ここでは先行社会における「高級文化」についてみておこう。——事実、大衆文化論の文脈における「高級文化」は、この時代枠の中で用いられている場合が多い。

あらゆる先行社会——古代社会、封建社会、近代市民社会——において、高級文化はなによりもまず支配階級——地位、財産、余暇、教養を専有する特権の名望家層（王侯、貴族、僧侶、ブルジョア）——によって庇護、育成、享受されてきた。封建時代あるいはそれ以前の社会の偉大な芸術家たちのほとんどすべてが、宮廷や教会のおかかえ音楽家・画家などであったのは周知のことが

らである。「支配階級のみがある種の富に到達し、それを展開させえた、というそれだけの事実から、芸術が、ひっくり返してみれば、支配階級を表現し、それに奉仕したという事実がでてくる。感受性、思想、活動の〈ゆたかさ〉は、歴史上、物質的富からはなれることはできなかつた。だから芸術は、一般的に支配階級と、その運命、その権力、そのぜいたく、その偉大さ、さらにその衰亡をともした階級芸術だったのである」¹⁴⁾。

もっとも、この事情は、原理的には不変であるとはいえ、近代市民社会が産業資本主義段階に入るとともに大きな変化をみせた。そこにおける新たな支配階級としてのブルジョワジーは、量的に増大し、身分的に多元的な階級である。それゆえ、高級文化の庇護者、享受者としてのブルジョワジーと創作者としての芸術家との関係は、そこにおいては、前時代におけるよりもはるかに不定型、不分明なものとなるにいたつた。この場合注意すべきことは、こうした庇護関係の不分明化が、資本主義的階級編成化の緩急に対応して各国国民社会ごとに差違があつた（イギリス、ドイツ等における貴族制の残存）と同時に、大量伝達技術——印刷術——を利用しうる文学においては急速であり、本質的には非複製的である音楽、絵画においては緩慢であつた（財産、教養ある鑑識家 cognoscenti による庇護の多くの例がある）というジャンル別の差違があり、必ずしも一様なものではなかつたということである。とはいえ、前述の平準化の進行——なかならず読み書き能力の普及 universal literacy により高級文化の受容力を保有するにいたつた小市民階級の増大（享受層の拡大）とあいまって、庇護関係の不分明化傾向は大勢として進行を続ける。

ただ、このような傾向の下でも、市民社会の高級文化が、そこにおける支配階級であるブルジョワジーの文化であつたという本質、いいかえれば、支配階級と高級文化との対応関係は依然として存続していることが留意されねばならない。

ところで次に、先行社会において高級文化に対応する低級文化は「民俗芸術」 folk art であつた。文化の階層的対応という角度からみた場合に、そのいずれもが低級文化であるという意味

で、民俗芸術と大衆文化は共通性を有しており、またその限りにおいて、後者は前者の転化形態であるといふことができる。また、それを享受するのにある一定の知的水準を要求されない、すなわち、「万人に対する直接的伝達力」（セルデス）を有しているという点でも、両者は共通の属性を有している。しかし、民俗芸術には、そういった一致をこえて重視されるべきいくつかの特性が見出されるのである。

マクドナルドによれば、それは「下から成長してきたものであり、民衆の自然発生的、土着的表現であり、高級文化の恩恵をほとんど受けずに、民衆自身の欲求をみだすために、かれら自身によって形成されたものである¹⁵⁾」（傍点引用者）点に求められている。すなわち、民俗芸術は、前近代的生活共同体の内部で、現代社会におけるように価値背反的に分割されていなかったところの労働（生産）と余暇の全円的生活サイクルの一局面として無名的 anonymous に生み出され、集団的に享受されていたといふことができよう。各地域共同体内部の生活サイクルとリズムに密着しているがゆえに、それは素朴な美的衝動の解発と充足を可能ならしめることによって、各成員の連帯的生命充実感——生活の喜び、労働への意欲——を回復するという積極的機能を果すことができた。このような特性をもつ民俗芸術は、**それゆえ**、「上からおしつけられたものであり、企業者に雇われた専門家によって製作され、その受け手は受動的消費者であり、受け手の参与は、買うか買わないかの選択だけに限定されている¹⁶⁾」（傍点引用者）大衆文化とは対蹠的な側面を有するものである。

民俗芸術は、先行社会において高級文化と同時に並存していたのであるが、両者の相互関係は、それぞれが自足性をもった別種の文化として機能し、相互間の隔壁は社会階級間のそれと同様にきわめて堅固なものであつた。近代市民社会の発展にともなつて、高級文化の定型性が漸次崩壊、拡散しはじめたことはすでにのべたごとくである。その場合注意されるべきは、こうした高級文化の変質と同時代文化としての民俗芸術はなん

ら関与するところがなかった、それに影響を及ぼでもしなければ、それによって影響されもしなかったということである。これを民俗芸術に即していうならば、近代市民社会に入ってから後も、それは依然として自足的文化として存在しつづけるということにはほかならない。

ここではっきりさせておかねばならぬことは、産業資本主義段階に入った近代市民社会の前時代に対する差違と現代社会に対する連続性である。この段階における市民社会とは、経済的には産業革命を経過して機械制大工業の基礎を確立し、大量生産体制を軌道にのせた社会であり、政治的には産業資本家階級の主導権確立と労働者階級の勢力増大——労働運動の発生と激化——が現実化した社会である。そのような基底的状況の進展の上に、この時期は文化領域への資本の進出、芸術の商品化が進行しはじめた時期でもある。さきにふれた高級文化の変質も、こうした一連の状況との関連において理解されなければならない。

文化的生産の領域に対する資本の進出のもっとも著しいあらわれは、商業ジャーナリズムの成立であったが、高級文化の変質はこの事実と密接に関連している。1830年代七月王政下のフランスにおいて発刊された「プレス」「シュクル」などの日刊紙が有料広告という新機軸を新聞経営の基礎として採用したことは、新聞史上の一重要エポックであったといわれている¹⁷⁾。これらの商業紙は、発行部数、販売収入ともに飛躍的な増加を示し見事な成功をおさめたが、この成功にとって有料広告——廉価販売とともに大きな役割を果たしたいま一つの要素は連載小説という新機軸であった——バルザック、ヴィクトル・ユゴー、アレクサンドル・デュマ、ウジェーヌ・シュエなど。ハウザーが「文学の産業化¹⁸⁾」〈商品化〉の画期をそこに見出そうとしているこの事態は、高級文学〈この場合は、バルザック、ユゴー〉変質の好例を示すものである。さらに注目すべきことは、この一例を通してわれわれが大衆文学——大衆文化〈デュマ、ウジェーヌ・シュエ〉の出現を読みとることができるという点である。これはほんの一例にすぎないが、この時期あるいはそれ以降の19世紀の間に、高級文化の範疇にも民俗芸術のそれにも含

まれない大衆文化形態——主として文学であるが、演劇〈ヴォードヴィル、メロドラマ〉、音楽〈オペレッタ〉にも類似の例がある——が成立、発展していることは、多くの文化史、芸術史研究が数多くの例証を提供している。

大衆文化を大衆社会状況の一局面として把握しようとする観点に立脚する場合、19世紀中葉の市民社会において、すでに大衆文化事象が出現しているというこの文化史的事実を、論理齊合的に説明しえないという難点が発生してくる。この点にかんしては、これまでの大衆文化論でもまったく論議されていない。それではこの問題について、いかに考えてゆけばよいのであろうか。

現代社会における大衆文化と、それ以前の時代の大衆文化の共通性と相違は、基本的には、産業資本主義段階の社会と独占段階の社会の共通性と相違を反映するものと考えられる。技術的發展と資本の集中、集積を槓桿として成立し、政治機構と密着した独占資本の存在と影響が、現代社会の経済諸関係さらには全社会関係を特質づけていることは否定しえない。しかし同時に、それが資本である限り、独占段階における資本もそれ以前の段階における資本も、その推進動機——利潤追求——においてなら異なるところのないのはいまでもないことである。消費に対する社会的需要が存在し、それに応じうる技術的基礎が準備されている限りにおいて、社会的価値とは無関係に、資本はあらゆる領域に自己を展開させ、その領域の社会的再編成を実現してゆくであろう。それゆえに、産業資本主義体制が一応確立された19世紀の市民社会において、よく売れることを基準として価値づけられる「商品」としての大衆文化が文化の領域で成立するに至ったのは当然の経過というべきであり、商品性を基本的性格とする限りにおいて、現代社会の大衆文化も前時代のそれと同一の性格を有しているのである。

それでは、現代社会の大衆文化と前時代のそれとの相違はいかなる点に求められるべきであろうか。思うに、その相違はそれの社会的本質においてではなく、その果す社会的機能の側面から理解されなければならない。ということは、それが

現代社会と前時代の社会の大衆文化伝達機構の技術的、社会的差異、すなわち、マス・コミュニケーションの発達との直接的関連において把握されなければならないということである。現代社会のマス・コミュニケーションが、新メディアムの開発と独占的大規模化によって社会過程に重要な位置を占め、濃密な「準環境」の提示によって個人の精神生活に重大な影響を及ぼしていることは、ひろく認められている特殊20世紀の状況である。大衆社会状況の成立が、基底的には、資本主義経済の独占段階への移行〈生産の社会化〉に規定されているものであるとしても、マス・コミュニケーションがこの状況の維持、促進に積極的役割を果たしているというこの事態が、現代社会の大衆文化を前時代のそれから特質的に識別することの必要性を理由づけているのである。われわれの論議に即して要約的にいうならば、大衆文化概念は広狭二義を有しているという認識に立って用いられなければならないであろう。すなわち、それは広義に用いられる場合、産業資本主義段階の市民社会における当該事象をも包括する歴史的幅員をもって、狭義に用いられる場合、大衆社会状況の文化的局面としての事象のみを含意して用いられるべきである。そして狭義に用いる場合——「大衆文化」研究には、この用法が分析にあたってより有効に機能しうると考えられる——前時代の当該事象を包摂するものとして「通俗芸術」Popular Art という予備概念を設定することが考慮されてよいであろう。

次に現代社会の大衆文化の機能上の特質を、同時代の対応概念との連関において考察したいと思うが、それを行なうには、それに先立って現代社会の高級文化についてふれておかなければならない。

現代社会の高級文化に対する接近は、アカデミズム Academicism、アヴァンギャルド Avant-garde という二種の概念設定を必要とする。こうした多元的把握を試みている論者としてマクドナルド、グリーンバーグをあげることができる。アカデミズムとは、マクドナルドによれば「エリートのための kitsch であり、外面的には真正なも

のに見えるが、実質的には、大衆のために作り出された安価な文化財と同一の製造品 manufactured article であるにすぎないまいものの高級文化である¹⁹⁾」。また、時代媒介的観点から考えるならば、それは先行者によって細部にわたって確立された形式を順奉し、その結果として内面的創造性を喪失した保守的文化、すなわち、前時代の高級文化の直接的転化形態である。

それに対して、アヴァンギャルドとは、近代市民社会に対する危機意識に発して、社会的、芸術的既成価値体系を根底的に否定し、伝統破壊の技法によって新価値の創造を指向する芸術活動一般を包括する概念である。それゆえ、「現代の〈真正な〉高級文化はアヴァンギャルドとほぼ同一である²⁰⁾」という評価が下されることになる。さらにその創造と享受の担い手が、社会的エリート〈上層ブルジョワジー〉ではなく、きわめて限定された知的エリートであることがアヴァンギャルドの一つの重要な特質をなしている。すなわちそれは、一般的伝達性の否定と社会的基盤からの意図的な隔絶の上に展開される異端的文化である。

以上のごとく規定されたアカデミズム、アヴァンギャルドという二種の概念を大衆文化と対置させることによって、現代社会における芸術文化の階層的図式が成立する。しかしながら、現代社会の内部において、大衆文化との相互的脈絡の下に同時存在せざるをえないこれらの高級文化は、文化の動態過程を通して前述の概念規定にもられた内実を実質的に保持しえず、重大な変質を蒙ることになる。ここで再び大衆文化自体に即しながら、この問題について考えてみることにしよう。

ここで指摘されなければならない大衆文化の機能的特質は、対応文化に対するその著しい浸透性である。現代社会の大衆文化は、営利的巨大マス・コミュニケーション機構によって生産され、疎外された大衆によって余暇領域での感性的消費対象として需要される規格化された商品であるという意味で、すなわち、その本質規定の次元において一定の外枠をもつものであるけれども、その構成形態——素材・主題・形式——という面ではいかなる限定をも課しえない自由で貪欲な「雑文化」

(佐藤智雄氏)である。大衆の趣味に受け入れられる——社会的需要が存在する——と判断するならば、大衆文化はアカデミズム、アヴァンギャルドを問わず高級文化を、そして残存している民俗芸術をも自己の内に取り入れて利用する。これは、高級文化、民俗芸術の側からいえば、本来の内実の喪失であり自らの大衆文化化である。大衆文化は、その本質においてなんら変化してはいないのであるが、素材的、形式的には多様となり、高級文化との接触によって擬似高級文化形態をも自己の内部に成立させる。高級文化との接触、摂取による大衆文化の高級文化化、逆の方向から見れば高級文化の大衆文化化という相互作用、さらに大衆文化内部への民俗芸術の吸収という相互作用に注目することによって均質文化 Homogenized Culture (マクドナルド) という観念が成立する。古典文学のダイジェスト化、クラシック音楽のポピュラー音楽への編曲、前衛的造形運動であったバウハウス・モダニズムの工芸デザインへの摂取、モダン・アート絵画技法の商業美術への応用、民謡、民俗舞踊の興業化その他、現代社会の高級文化、民俗芸術の大衆文化化現象の例は、われわれが日常数多く見聞する事実である。こうした大衆文化の機能的特質である浸透的均質性は、文化内容においてのみならず、社会的階級障壁をこえて全階層的享受層を形成するという方向にも、また、文化商品として輸出されることによって国際的均質性を形成するという空間的方向にも等しく作用することをここで同時に指摘しておきたい。いわば、大衆文化は現代社会においては、多かれ少なかれ非階級的なコスモポリタン文化としての性格を帯びてくるのである。大衆文化の浸透的均質作用をいかなる程度のものとして評価するかについては、特にアヴァンギャルド機能との関連において、さらに立ち入って議論されるべき問題が残されているが、ここではこのような作用傾向の一般的存在を確認しておくに止めたい。

以上、本稿で論述してきたことは、その上に立って「大衆文化」研究を行なってゆくための予備

前提となる問題を「大衆文化」の外部から眺めたものである。現代社会における大衆文化の隆盛と浸透は「何人もそれをさけて通ることがほとんど不可能」であり、「以前にはそれと無縁であった人々——地方の住民や教養階層——でさえも、なんらかの影響を蒙っている」(アドルノ)といわれるほどの普及と、それにとまなう社会的問題性を示すに至っている。余暇の増大傾向ともなうて、大衆文化の社会的影響は今後なお一層重大化するものと思われる。こうした現実的衝迫によって、「大衆文化」研究はその包含する豊かな問題領域の各側面において、従来以上に活発化してゆくであろうし、されなければならない。この過程において、研究の分化傾向が強まることは避けられないところであろう。しかし、それゆえになおさら、諸研究の統合化への努力が一方において試み続けられることが必要であろう。最後に残された基本的要請、それは、いかなる側面においてそれがなされるにせよ、「大衆文化」研究は究極的には日本的現実との密着を志向しつつ、基底体制還元主義を排して、マイナス・シンボルとしての「大衆文化」それ自体の内部に、下からの「民衆文化」への契機を探求しなければならないということである。

[注]

- 1) 厳密には「大衆文化」「mass culture」にかえて「大衆芸術」「mass art」という語をあてる方がより正確であると思われる。余暇消費における「非代理的」non-vicariousな領域の増大傾向を考慮するならば、この二つの用語を安易に併用することは、将来、誤解と混乱をまねく恐れを強めるものと予想されるが、本稿では一般的な用語法に従っておく。
- 2) 各メディアごとのすぐれた研究例としては以下のごときものがある。

印刷メディア

- Lowenthal, L. "Biographies in popular magazines." in P.F. Lazarsfeld & F.N. Stanton (Eds.), Radio Research, 1942—43, 1943.
- Berelson, B. & Salter, P. J. "Majority and minority Americans: An analysis of magazine fiction" Publ. Opin. Quart., 1946, 10.
- Johns-Heine, P. & Gerth, H. H. "Values in mass periodical fiction, 1920—1940." in B. Rosenberg & D.M. White (Eds.), Mass Culture, 1956.

映 画

Jones, D.B. "Quantitative analysis of motion picture contents" *Publ. Opin. Quart.* 1942,6.

Wolfenstein, M.&Leites, N. *Movies, a psychological study*, 1950.

ラ ジ オ

Cantril, H. Hazel, G. & Herzog, H. *Invasion of mars*, 1940

Arnhem, R. "The world of the daytime serial", in *Radio Research 1942—1943*, 1943.

テ レ ビ

Marx, H. L. (ed.), *Television and Radio in American life*, 1953.

Meyerson, R. "Social Research in Television" in *Mass culture*, 1956.

- 3) 数量的処理は行っていないが、効果分析の範疇に属する研究で、大衆文化研究への貴重な示唆を提供している論文として Lazarsfeld, P. F. & Merton, R. K. "Mass Communication, popular taste and organized social action", in Bryson, L. (ed.), *The communication of ideas*, 1948. Reprinted in Schramm, W. (ed.), *Mass communication*, 1949 also in *Mass culture*, 1956. をここで特にあげておきたい。
- 4) Ortega y Gasset, *Revolt of the masses*, 1930. 榊俊雄訳『大衆社会の出現』, 1953.
- 5) 大衆文化状況の理解に有効なこの範疇に属する代表的研究として以下のごときものがある。
Mannheim, K. *Man and society in an age of reconstruction*, 1940
Riesman, D. *Lonely crowd*, 1950. 佐々木徹郎他共訳『孤独なる群衆』, 1955.
Mills, W. *White collar*, 1951. 杉政孝訳『ホワイト・カラー』, 1957.
綿貫譲治氏の指摘するごとく、欧州種に属する研究は、「危機における大衆化」を、アメリカ種の研究は、「常態 normalcy における大衆化」(大衆化の静かなる進行)〔「大衆社会における社会心理の構造」講座社会学第7巻『大衆社会』1957所収〕を問題としているという点で、両系列には顕著な相違があることに留意する必要がある。

る。

- 6) Mannheim, *Ibid.*, Part I Rational and irrational elements in contemporary society
- 7) Mannheim, *Ibid.*, p.41
- 8) 松下圭一, 「大衆国家の成立とその問題性」『現代政治の条件』1959 p.11
- 9) 松下圭一, 同上, p.29
- 10) 注5) にあげた諸研究では、リースマンはマンハイムの側に、ミルズは松下氏の側に属する。
- 11) Mills, *Ibid.*, p.236. 邦訳 p.218.
- 12) Lowenthal, L. "Historical Perspective of Popular culture" in *Mass Culture* 1956.
- 13) 大衆文化研究の見地から有益と思われるこの領域の研究として以下のごときものがある。
Wright, Louis. B. *Middle class culture in Elizabethan England*, 1935.
Hauser, A. *The social history of art*, 1951. <Sozialgeschichte der Kunst und Literatur. 1952.> 高橋義孝訳『芸術の歴史』(3分冊) 1958—59.
Hoggart, R. *The uses of literacy, aspects of working-class life, with special reference to publications and entertainments*, 1957.
なお、正統的な文化史の範疇には入らないが、誕生の瞬間から大衆の性格を刻印されていた典型的大衆文化である映画の文化史的研究は、他のジャンルのそれと比較してずっと整備されている。代表的なものとしては、
Sadoul, G. *Histoire de l'art du cinéma*, 1949. 岡田真吉訳『世界映画史』1952.
Knight, A. *The liveliest art, a panoramic history of the movies*, 1957.
- 14) Lefebvre, H. *Contribution a l'esthétique*, 1953. 多田道太郎訳『美学入門』p.66.
- 15) Macdonald, D. *A theory of mass culture*, in *Mass culture*, 1957. p.60
- 16) Macdonald, D. *Ibid.* p.60
- 17) 城戸又一「近代社会と新聞の歩み」マス・コミュニケーション講座第3巻 1954, p.15.
- 18) Hauser, A. 前掲書. 邦訳 p.828.
- 19), 20) Macdonald, D. *Ibid.* p.63